

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EVROPSKÉ INTEGRACE

Podpora exportu v České republice

Export Support in the Czech Republic

Student: Bc. Karla Geržová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Lenka Fojtíková, Ph.D.

Ostrava 2008

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

ve smyslu § 17, odst. f, zákona č. 111/98 Sb. a Studijního a zkušebního řádu pro studium v
magisterských studijních programech Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava,
čl. 23 až 26

Jméno diplomanta: **Bc. Karla Geržová**

Studijní obor: **Eurospráva**

Název tématu:

Podpora exportu v České republice

Anglický název tématu:

Export Support in the Czech Republic

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í (o s n o v a):

Úvod

1. Východiska pro exportní politiku ČR
2. Státní podpora exportu v České republice
3. Formy nestátní podpory exportu v ČR
4. Analýza exportní strategie ČR

Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Přílohy

Rozsah průvodní zprávy: 50 – 60 stran

Rozsah příloh: podle potřeby

Seznam odborné literatury:

HORÁK, J. Analýza časové řady exportu České republiky od roku 1999. In *Finance a účetnictví ve vědě výuce a praxi*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2005. 209 s. ISBN 80-7318-288-2.

ŠVARCOVÁ, J. *Krok za krokem světem ekonomie 2 - EXPORT, zvyšování konkurenceschopnosti firmy*. Zlín: CEED, 2000. 59 s. ISBN 80-902552-3-X.

Exportní strategie ČR (2006-2010) [on line]. BusinessInfo.cz Oficiální portál pro podnikání a export. Dostupné na Internetu: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/exportni-strategie-cr-2006-2010/1001404/>.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Lenka Fojtíková, Ph.D.

Datum zadání diplomové práce: 20. listopadu 2007

Datum odevzdání diplomové práce: 25. dubna 2008

.....
diplomant

.....
vedoucí DP

L. S.

.....
vedoucí katedry

.....
děkan

V Ostravě dne 20. 11. 2007

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně.

V Ostravě 21. dubna 2008

Karla Geržová

Děkuji Ing. Lence Fojtíkové, Ph.D. za odbornou pomoc, vstřícnost a čas, který mně při vypracování diplomové práce věnovala.

ÚVOD

1 VÝCHODISKA PRO EXPORTNÍ POLITIKU ČR

- 1.1 ZAHRANIČNÍ OBCHOD ČR V LETECH 1993 - 2007**
- 1.2 TERITORIÁLNÍ STRUKTURA ČESKÉHO EXPORTU**
- 1.3 KOMODITNÍ STRUKTURA ČESKÉHO EXPORTU**
- 1.4 ČLENSTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY V EVROPSKÉ UNII**
 - 1.4.1 JEDNOTNÝ VNITŘNÍ TRH EU
 - 1.4.2 SPOLEČNÁ OBCHODNÍ POLITIKA EU
 - 1.4.3 PODPORA EXPORTU V EVROPSKÉ UNII
- 1.5 POSTAVENÍ ČESKÉ REPUBLIKY VE WTO**
- 1.6 ZÁVAZKY VYPLÝVAJÍCÍ Z ČLENSTVÍ V OECD**
- 1.7 DÍLČÍ ZÁVĚR**

2 STÁTNÍ PODPORA EXPORTU V ČESKÉ REPUBLICE

- 2.1 PODPORA EXPORTU NA ÚROVNI MINISTERSTEV**
 - 2.1.1 MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR
 - 2.1.2 MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR
 - 2.1.3 MINISTERSTVO FINANCÍ A CELNÍ SPRÁVA ČR
 - 2.1.4 MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR
- 2.2 STÁTEM ZŘÍZENÉ A PODPOROVANÉ INSTITUCE A ZAŘÍZENÍ**
 - 2.2.1 ČESKÁ CENTRA
 - 2.2.2 EXPORTNÍ GARANČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST
 - 2.2.3 ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA, A.S.
 - 2.2.4 ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU – CZECHTRADE
- 2.3 DÍLČÍ ZÁVĚR**

3 FORMY NESTÁTNÍ PODPORY EXPORTU V ČR

- 3.1 KOMORY**
 - 3.1.1 MEZINÁRODNÍ OBCHODNÍ KOMORA
 - 3.1.2 HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČR
 - 3.1.3 ZAHRANIČNÍ OBCHODNÍ KOMORY PŮSOBÍCÍ V ČR
 - 3.1.4 AGRÁRNÍ KOMORA
 - 3.1.5 POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA
- 3.2 NEZÁVISLÉ SPOLEČNOSTI A SVAZY**
 - 3.2.1 SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY ČR
 - 3.2.2 SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÉ REPUBLIKY
 - 3.2.3 UNIE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ ČR
 - 3.2.4 ČESKÁ PODNIKATELSKÁ REPREZENTACE PŘI EU
- 3.3 ODBORNÉ VZDĚLÁVÁNÍ EXPORTÉRŮ**
- 3.4 EURO INFO CENTRA NA ÚZEMÍ ČR**
- 3.5 DÍLČÍ ZÁVĚR**

4 ANALÝZA EXPORTNÍ STRATEGIE ČR

- 4.1 HISTORIE VZNIKU A FORMOVÁNÍ EXPORTNÍ STRATEGIE**
- 4.2 EXPORTNÍ STRATEGIE ČR PRO OBDOBÍ 2006-2010**
- 4.3 SLUŽBY V OBLASTI PODPORY EXPORTU**

4.4 VYHODNOCENÍ EXPORTNÍ STRATEGIE

4.5 KVANTIFIKACE ČESKÉHO EXPORTU V LETECH 2005 A 2007

4.5.1 TERITORIÁLNÍ STRUKTURA

4.5.2 PODÍL EXPORTU NA HDP

4.5.3 VAZBA MEZI OBCHODNÍ BILANCÍ A EXPORTEM

4.5.4 CELKOVÝ EXPORT NA OBYVATELE

4.6 DÍLČÍ ZÁVĚR

ZÁVĚR

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

SEZNAM ZKRATEK

SEZNAM PŘÍLOH

Úvod

Export je jedním z makroekonomických ukazatelů, kterým se měří ekonomická výkonnost země. Dynamika růstu exportu pozitivně ovlivňuje dynamiku růstu HDP a působí také na zvyšování konkurenceschopnosti exportujícího státu. Růst exportu má vliv i na snižování míry nezaměstnanosti, zvyšování produktivity práce, růst mezd a zvyšování životní úrovně obyvatel daného státu.

Česká republika je malá otevřená ekonomika situována ve střední Evropě. Díky své velikosti a poloze patří k zemím s poměrně vysokým podílem vývozu, ale i dovozu na HDP. Vždycky tomu tak ale nebylo. Do roku 1989 patřila ČSSR k takzvanému východnímu bloku s centrálně plánovanou ekonomikou a zahraničním obchodem směřujícím zejména do zemí východního bloku v čele s tehdejší SSSR. Po pádu železné opony tak bylo nutné na začátku devadesátých let transformovat do té doby centrálně plánovanou ekonomiku na ekonomiku tržní. Bylo proto nezbytné vytvořit vhodné podmínky pro podnikatele k provedení restrukturalizace průmyslové výroby a také poskytovat účinnou pomoc exportérům při pronikání na nové odbytové trhy.

1.1.1993 vznikla po rozpadu Československa samostatná Česká republika, která je od 1.5.2004 členem Evropské unie. Vstupem do Evropské unie se Česká republika stala součástí jednotného vnitřního trhu Evropské unie a obchod s třetími zeměmi je realizován prostřednictvím společné obchodní politiky EU. Zahraniční obchod České republiky je však ovlivňován také stále se prohlubující globalizací světového obchodu.

Cílem této práce je popsat současnou podporu exportu v České republice a zhodnotit, zda je tato podpora dostatečná. Práce je rozdělena do čtyř kapitol. V první kapitole jsou uvedena východiska pro exportní politiku České republiky. Kapitola zahrnuje vývoj českého exportu do roku 2007, jeho komoditní a teritoriální strukturu. Je zde uvedeno, k jakým změnám v zahraničním obchodu České republiky došlo po jejím vstupu do Evropské unie a jaké závazky vyplývají pro Českou republiku z jejího členství v OECD a ve WTO. Druhá kapitola nese název Státní podpora exportu v České republice. Je zde popsáno jakou roli hraje stát v rámci zahraničního obchodu. Jaké instituce na podporu exportu jsou státem zřízeny a financovány, jaké formy podpory tyto instituce nabízejí a komu je státní podpora exportu určena. Formy nestátní podpory exportu v ČR jsou uvedeny ve třetí kapitole. V České

republice existuje řada organizací, které se podporou exportu ve větší či menší míře zabývají, v této kapitole jsou představeny pouze nejvýznamnější z těchto organizací, ve kterých je podpora exportu jednou z hlavních činností. Čtvrtá kapitola se zabývá analýzou Exportní strategie ČR pro období 2006-2010. Je zde popsáno na jakém principu je Exportní strategie formulována jakou metodou jsou tvořeny cíle a programy Exportní strategie, jakého cílového stavu má být pomocí exportní strategie dosaženo. Dále je ve čtvrté kapitole vyhodnoceno, jakých výsledků bylo v prvních dvou letech účinnosti Exportní strategie pro období let 2006-2010 dosaženo.

Údaje použité v diplomové práci pocházejí z různých sekundárních zdrojů. Základním zdrojem informací jsou koncepce a strategie Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Dále byly informace čerpány z odborného tisku a internetových stránek relevantních k dané problematice. Získané informace byly analyzovány, statistická data byla sestavena do tabulek, tam kde to bylo vhodné byly doplněny grafy. Statistická data byla čerpána z Českého statistického úřadu a Eurostatu. Zdroje použitých údajů jsou u každé tabulky uvedeny. V případě, kdy byly použity předběžné údaje, je na tuto skutečnost výslovně upozorněno. Vzhledem k počítačovému zpracování (Microsoft Excel) obsahují tabulky zaokrouhlené ukazatele (součty, procenta apod.). Proto součtové ukazatele nemusí vždy přesně odpovídat součtům jednotlivých položek.

1 Východiska pro exportní politiku ČR

Česká republika se svojí rozlohou – 78 886 km² řadí mezi malé země. Z tohoto důvodu je také malá pro většinu producentů. K tomu aby vyráběli efektivní série a tak díky úsporám z rozsahu dosáhli nízkých nákladů a vyšší konkurenceschopnosti, potřebují větší potenciální trh, než jim poskytuje ČR. Export je tedy pro mnoho firem ekonomickou nutností. K zájmu o export ze strany firem přispívají také zkušenosti ze členských zemí EU, které prokazují, že exportéři dosahují vyšší produktivity práce, vyšší zaměstnanosti, vyšších mezd a lepších manažerských schopností než neexportující firmy.

Růst exportu však nemá pozitivní dopad jen na bezprostředního exportéra, ale je spojen s celou řadou stimulačních efektů v měřítku celého národního hospodářství. Umožňuje vznik nových pracovních míst, a to nejen u přímých exportérů, ale i v celé síti jejich domácích subdodavatelů i v řadě sektorů služeb. To vede k posilování zaměstnanosti a důchodů domácností, což je spojeno se zvyšováním poptávky a spotřeby s pozitivním dopadem na tempo ekonomického růstu.

Vláda ČR z těchto základních ekonomických souvislostí vychází, význam vnějších ekonomických vztahů a především exportu pro rozvoj národního hospodářství země si plně uvědomuje. V dynamickém růstu exportu vláda spatřuje účinný faktor, který pozitivně ovlivňuje růst HDP. Úkolem vlády tedy je činit taková opatření, která by nejen účinně podporovala, ale zejména také stimulovala exportní aktivity českých producentů.

1.1 Zahraniční obchod ČR v letech 1993 - 2007

V tabulce č. 1 je zachycen celkový vývoj českého zahraničního obchodu od vzniku samostatné České republiky, tj. od roku 1993 až po současný stav – rok 2007.

Zpočátku byla hodnota dovezeného zboží a služeb vyšší než hodnota zboží a služeb vyvezených. Logickým důsledkem pak byla záporná obchodní bilance. Záporné saldo zahraničního obchodu ČR se navíc zvyšovalo až do roku 1996, kdy dosáhlo svého maxima. Tato situace byla varovným signálem a také impulzem ke změnám. Bylo nezbytné nalézt účinné prostředky k tomu, aby byl tento negativní trend zvrácen. Různá opatření ke stimulaci zahraničního obchodu (což znamená nejen podporu vývozních aktivit, ale také opatření směřující k omezení dovozu) se sice prováděla, ale bylo nutné vytvořit účinnou koncepci,

kteřá by tyto aktivity logicky propojila a problematiku zahraničního obchodu řešila komplexně.

Tab. 1 Zahraniční obchod ČR v letech 1993 – 2007 (v mil. Kč, b.c.)

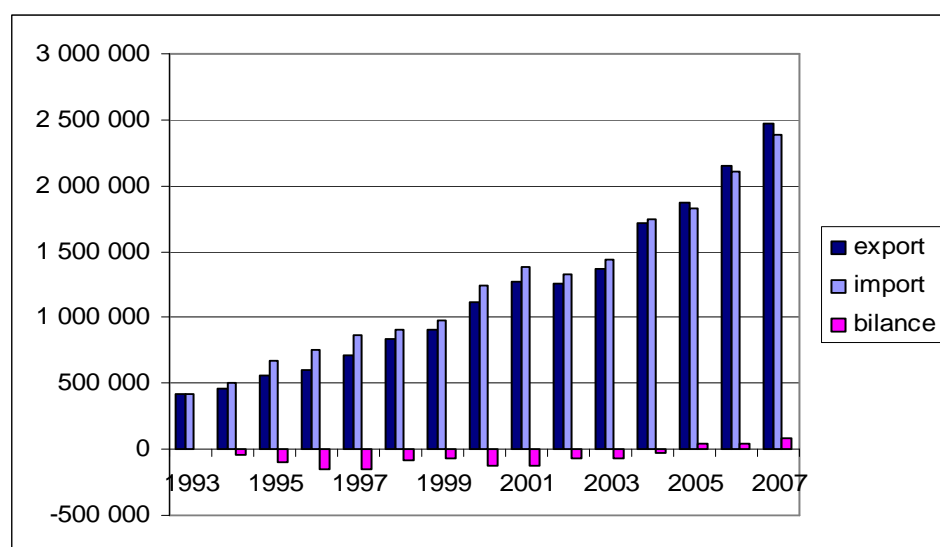
Rok	Obrat	Vývoz	Dovoz	Balance	Index ¹⁾		Krytí dovozu vývozem v %
					vývoz	Dovoz	
1993	847 685	421 601	426 084	-4 483	-	-	98,9
1994	957 219	458 842	498 377	-39 535	108,8	117,0	92,1
1995	1 231 911	566 171	665 740	-99 569	123,4	133,6	85,0
1996	1 356 350	601 680	754 670	-152 990	106,3	113,4	79,7
1997	1 568 972	709 261	859 711	-150 450	117,9	113,9	82,5
1998	1 748 693	834 227	914 466	-80 239	117,6	106,4	91,2
1999	1 881 925	908 756	973 169	-64 413	108,9	106,4	93,4
2000	2 363 023	1 121 099	1 241 924	-120 825	123,4	127,6	90,3
2001	2 653 713	1 268 149	1 385 564	-117 415	113,1	111,6	91,5
2002	2 580 531	1 254 860	1 325 671	-70 811	99,0	95,7	94,7
2003	2 811 653	1 370 930	1 440 723	-69 793	109,2	108,7	95,2
2004	3 471 753	1 722 657	1 749 095	-26 438	125,7	121,4	98,5
2005	3 698 548	1 868 586	1 829 962	38 624	108,5	104,6	102,1
2006	4 249 385	2 144 572	2 104 813	39 759	114,8	115,2	101,9
2007	4 859 747	2 472 350	2 387 397	84 953	115,5	113,7	103,5

¹⁾ Stejně období předchozího roku = 100.

Zdroj: ČSÚ, 2007.

V roce 2005 byly hodnoty obchodní bilance poprvé v historii samostatné ČR kladné a v následujících dvou letech se kladné saldo zahraničního obchodu ještě zvýšilo. Nárůst exportu, importu a změnu v hodnotách obchodní bilance vidíme názorně v grafu č. 1.

Graf 1 Zahraniční obchod v letech 1993-2007



Zdroj: ČSÚ, 2007.

Ovšem současný růst exportu je svým charakterem spíše extenzivní, využívá především komparativních výhod (ceny vstupů), které se v dlouhodobém kontextu vyčerpají. To je důvodem, k hledání stále nových impulzů k podpoře vývozu, i v době, kdy je situace zdánlivě příznivá.

1.2 Teritoriální struktura českého exportu

Zahraničně obchodní vztahy České republiky jsou charakterizovány vysokou mírou koncentrace rozhodujícího objemu vývozu i dovozu do malého počtu zemí, resp. teritoriálních oblastí. Hovoříme o vysoké teritoriální koncentraci českého zahraničního obchodu.

Jejím prvním a základním charakteristickým prvkem je 91% podíl států s vyspělou tržní ekonomikou na celkovém českém vývozu v roce 2007. V rámci této skupiny zemí zauímají zcela jedinečnou a dominantní pozici státy Evropské unie jako celek. Státy Evropské unie představují pro české vývozce rozhodující trh, který v roce 2007 absorboval 85,1 % celkového českého vývozu. V tabulce č. 2 je uveden podíl vývozu do zemí EU na celkovém vývozu ČR¹ a podíl intrakomunitárního obchodu na celkovém zahraničním obchodu EU 27.

Tab. 2 Podíl vývozu do zemí EU na celkovém vývozu ČR a vnitrounitní obchod (v %)

Země	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Intrakomunitární obchod	69,1	68,0	67,9	68,0	68,8	68,5	67,8	68,3
Česká republika	87,5	85,9	86,5	85,7	87,3	87,1	85,5	85,6

Zdroj: Eurostat, 2007.

Česká republika má dlouhodobě vysoký podíl vývozu do zemí Evropské unie, což je typické pro malé otevřené ekonomiky, tato situace však zároveň představuje závislost na vývoji situace v této oblasti.

Z výše uvedeného vyplývá, že účinná podpora exportu v ČR musí věnovat náležitou pozornost nejen obchodu realizovanému v rámci EU, ale také vyhledávání příležitostí na nových trzích. Snahou je udržet a maximalizovat příležitosti na evropských trzích, a na světových trzích získat co největší podíl.

¹ Celkový přehled podílu vývozu do zemí EU na celkovém vývozu dané země pro všechny státy EU 27 a vybrané země s vysokým podílem zahraničního obchodu realizovaného s EU je uveden v příloze č. 1.

Tabulka č. 3 znázorňuje příznivý vývoj podílu ČR na celkovém vývozu EU², který se od roku 1999 zvyšuje. V roce 2006 dosahoval hodnoty 2,6 %, přičemž podíl rozlohy ČR na celkové rozloze EU 27 činí 1,9 %, a podíl počtu obyvatel ČR je 2,1 % z celkového počtu obyvatel EU 27.

Tab. 3 Procentní podíl ČR na celkovém vývozu EU (EU 27 = 100)

Země	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Česká republika	1,4	1,5	1,7	1,8	2,0	2,3	2,4	2,6

Zdroj: Eurostat, 2007.

1.3 Komoditní struktura českého exportu

Platí-li teze o relativně vysoké teritoriální koncentraci českého vývozu do relativně malého počtu teritoriálních oblastí, resp. zemí, pak obdobná teze platí o relativně vysoké koncentraci komoditní – zbožové struktury zahraničně obchodních vztahů ČR do malého počtu skupin vyváženého, ale i dováženého zboží. Můžeme hovořit o polarizaci struktury vyvážených a dovážených výrobků.

Vývoz ČR se koncentruje do 3 zbožových skupin: stroje a přepravní zařízení, tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu a různé průmyslové výrobky. Jejich vývoz představuje 87,4 % podíl na celkových českých vývozech v roce 2007. Z toho³:

- ve skupině strojírenských výrobků: silniční motorová vozidla (17,4 %), elektrické stroje a zařízení (8,2 %), stroje a zařízení pro průmysl (12,6 %), kancelářské stroje a počítače (7,7 %),
- ve skupině tržních výrobků tříděných hlavně podle materiálu: kovové konstrukce, kovodělné výrobky (6,1 %), základní kovy a hutní výrobky (6,4 %), výrobky z nekovových nerostů (2,8 %), textilie, textilní výrobky (2,2 %), pryžové a plastové výrobky (4,8 %),
- ve skupině různých průmyslových výrobků: rádiová, televizní, spojová zařízení a přístroje (6,9 %), nábytek a jeho díly (3,5 %), zdravotnické, přesné, optické a časoměrné přístroje (1,6 %).

² V příloze č. 2 je uveden podíl jednotlivých členských zemí EU 27 na celkovém vývozu Evropské unie.

³ Komoditní struktura českého zahraničního obchodu v roce 2007 je uvedena v příloze č. 3

Současnou snahou proexportní politiky je zvyšování podílu exportu výrobků s vyšší přidanou hodnotou a zvyšování podílu exportu služeb. Důležitým prvkem je také podpora exportu malých a středních podniků.

Při výběru nástrojů a metod podpory vývozu je ČR vázána řadou mezinárodních dohod, ke kterým přistoupila. Jsou jimi zejména povinnosti vyplývající ze vstupu do EU, dohody tzv. Uruguayského kola GATT (platné pro návazně vzniklou WTO) z r. 1994 a Konsensus OECD.

1.4 Členství České republiky v Evropské unii

Vstupem České republiky do Evropské unie Česká republika přenesla působnost svých orgánů v zahraničně obchodní politice na orgány Společenství.

1.4.1 Jednotný vnitřní trh EU

Po vstupu České republiky do Evropské unie jsou vztahy ČR se všemi členskými státy EU podřízeny režimu jednotného vnitřního trhu. Obchod mezi členskými státy přestává být importem a exportem v pravém slova smyslu, ale jedná se o obchod vnitrounijní či intrakomunitární. Jednotný vnitřní trh v některých rysech připomíná trh národní a z právního hlediska tak není obchod mezi členskými státy považován za mezinárodní.

Vnitrounijní obchod se uskutečňuje podle specifických komunitárních pravidel. Tak například pohyb zboží mezi členskými státy nesmí být omezován žádnými překážkami či opatřeními ze strany členských států. Tato zásada se promítá do čl. 25 Smlouvy o založení Evropského společenství (SES), který výslovně stanoví, že dovozní nebo vývozní cla a poplatky s rovnocenným účinkem jsou mezi členskými státy zakázány a zákaz se vztahuje i na cla fiskální povahy.

Články 28 a 29 SES pak upravují zákaz množstevního omezení dovozu a vývozu, jakož i veškerých opatření s rovnocenným účinkem. Avšak SES a její čl. 30 připouští existenci výjimek, kdy lze omezit či zakázat dovoz, vývoz nebo tranzit zboží z jiného členského státu. Nesmí se ale jednat o svévolnou diskriminaci dováženého zboží nebo o skryté omezování obchodu, jedná se o tyto výslovně stanovené důvody:

- Ochrana veřejné mravnosti,

- Ochrana veřejné bezpečnosti a veřejného pořádku,
- Ochrana zdraví a života lidí, zvířat a rostlin,
- Ochrana kulturního bohatství,
- Ochrana duševního vlastnictví.

Zakázána je rovněž daňová diskriminace zboží, které pochází z jiného členského státu. Článek 90 SES stanoví zákaz členských států podrobit přímo či nepřímo výrobky jiných členských států jakémukoli vyššímu vnitrostátnímu zdanění než je to, jemuž jsou přímo nebo nepřímo podrobeny podobné výrobky domácí. Dále nesmí členské státy tyto výrobky zdanit takovým způsobem, jež by poskytovalo nepřímou ochranu jiným výrobkům.

1.4.2 Společná obchodní politika EU

Jiný režim je pak v Evropské unii nastaven v obchodě členských států s třetími zeměmi.

EU vůči třetím zemím provádí společnou obchodní politiku. Společná obchodní politika spadá do výlučné kompetence Společenství a je založena na jednotných zásadách, zejména pokud jde o úpravy celních sazeb, uzavírání celních a obchodních dohod s třetími zeměmi, sjednocování liberalizačních opatření a vytváření obchodních ochranných opatření. Členské státy nejsou oprávněny vystupovat samostatně. Návrhy k provádění společné obchodní politiky předkládá Evropská komise, která také vydává doporučení ke sjednání mezinárodních dohod a vede příslušná jednání směřující k jejich uzavření. Rozhodnutí o obchodně politických otázkách přijímá Rada EU.

ČR po vstupu do EU přenesla působnost v obchodní politice na orgány Společenství a státní orgány ČR již nepřipravují samostatnou obchodní politiku, ale podílejí se na tvorbě společné obchodní politiky EU⁴. ČR převzala a provádí všechny komunitární obchodně politické právní předpisy a stala se smluvní stranou mezinárodních dohod uzavřených ES se třetími zeměmi.

⁴ Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR vypracovalo Mapu obchodní politiky ČR jako člena Evropské unie, tato mapa je v příloze č. 4.

1.4.3 Podpora exportu v Evropské unii

Systém podpory vývozu do třetích států, jeho formy a rozsah si stanovují členské státy EU samy. Podpora exportu však musí být realizována v rámci přípustných mezinárodních pravidel. Harmonizace národních systémů se provádí jen v míře nutné k zajištění, aby nebyla narušována hospodářská soutěž.

Zatímco zahraniční obchodní politika vůči importu ze třetích zemí je politikou společnou a jednotnou, v případě exportní politiky tomu tak není. Jednotlivé členské státy používají vlastní nástroje a opatření. Podpora exportu, poskytování finanční pomoci a úvěrů k financování vývozu nepatří k opatřením společné obchodní politiky EU, ale tato oblast zůstává zatím v gesci vlád členských zemí.

Systémy státních podpor exportu neprošly ve vyspělých tržních ekonomikách, včetně členských zemí EU, stejným vývojem, což se odráží ve značně rozdílném jak institucionálním uspořádání, tak i v celkové úrovni a podmínkách přístupů k vyčleněným veřejným zdrojům. Pro všechny je však v současnosti charakteristický vysoký stupeň komplexnosti poskytovaných služeb umožňující zainteresovaným tuzemským firmám za stanovených pravidel využívat pomoci státu v každé fázi vývozu. Tato společná zásada spolu se snahou o maximální zohlednění konkrétních specifických podmínek a potřeb svých ekonomik vyúsťují do často velmi rozdílných prováděcích forem vývozních podpor. Úrovni resp. propracovanosti souboru nástrojů, metod a technik státní podpory vývozního podnikání je ve vyspělých tržních ekonomikách všeobecně přikládán velký význam z hlediska konkurenční schopnosti tuzemských podniků na zahraničních trzích.

Ačkoli forma podpory exportu je v kompetenci jednotlivých členských zemí Evropské unie můžeme nalézt také některé základní společné rysy. Velká pozornost je věnována malým podnikům, které jsou nositeli adaptability a inovací a také je vyvíjeno zvýšené úsilí o efektivnější využití státních prostředků, vyčleněných na politiku podpor včetně podpory vývozního podnikání. Tlak na účinnost státních podpor vede k selektivitě podpor, ale odráží se také v nárocích ze strany platících účastníků (či uživatelů podpůrné politiky) na kvalitu poskytovaných služeb či podpor.

Používané nástroje a opatření státní proexportní politiky dělíme na finanční pomoc pro výrobce, zejména pak malé a střední firmy, dále informační a poradenské služby pro

exportéry, výchovu pracovníků pro zahraničněobchodní činnost. Velký motivační účinek má oceňování nejvýkonnějších exportérů.

1.5 Postavení České republiky ve WTO

Česká republika je jedním ze zakládajících členů Světové obchodní organizace (World Trade Organization – WTO).

Členství ve WTO je ze strany ČR vnímáno jako získání vysokého standardu transparentnosti a nediskriminace obchodně politického režimu ČR, což má pochopitelně pozitivní dopad na postavení ČR jako důvěryhodného partnera pro obchod a investice.

Nepopiratelnou výhodou pravidel WTO je jejich vynutitelnost závaznými právními prostředky (v rámci integrovaného systému urovnávání sporů), které v konečné fázi mohou dospět až ke stažení koncesí nebo přijetí protiopatření.

Po vstupu ČR do Evropské unie se však postavení České republiky ve WTO změnilo. Ačkoli jsou členy WTO jednotlivé státy EU, při jednáních vystupují její členové jako celek. To umožňuje EU realizovat společnou obchodní politiku. Česká republika tak nadále zůstává členským státem WTO, v souladu se zásadami společné obchodní politiky EU však přestala samostatně jednat a vystupovat. Evropská unie je z hlediska zásad WTO považována za celní unii a ve WTO za EU vystupují zástupci Evropské komise. Dohody a ujednání WTO jsou však nadále pro Českou republiku základním smluvním rámcem, v němž realizuje svou obchodní politiku, a to i po vstupu do Evropské unie.

Základem činnosti WTO jsou dohody, které byly sjednány během Uruguayského kola. Tyto dohody tvoří právní základ pravidel mezinárodního obchodu. Fungují jako smlouvy mezi vládami, na něž dohlíží a jež podporuje WTO. Členové WTO musejí dodržovat všechny dohody uzavřené během Uruguayského kola. Jedná se o cca 60 dohod, které pokrývají spolupráci v oblasti obchodu s nezemědělským zbožím (dohoda GATT 1994), se zemědělským zbožím (Dohoda o zemědělství), se službami (Všeobecná dohoda o obchodu se službami), právy k duševnímu vlastnictví (Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví).

Dalšími typy dohod jsou texty zabývající se možnostmi přijetí ochranných opatření, stanovením pravidel obchodu, prověrek obchodní politiky, řešení sporů a řady dalších oblastí.

Tyto mnohostranné dohody jsou doplněny tzv. listinami koncesí, které obsahují závazné podmínky pro přístup na trh každého člena WTO. V oblasti zboží se jedná o stanovení celní ochrany a povolené míry exportních subvencí, v oblasti služeb jde o možnosti zahraničních dodavatelů obchodovat se službami.

Jedním z výsledků Uruguayského kola GATT je také dohoda o subvencích a vyrovnávacích opatřeních. Tato dohoda obsahuje některá ustanovení, jež je třeba při koncipování národní podpory exportu respektovat.

Především rozlišuje subvence na zakázané, napadnutelné a nenapadnutelné. Klíčový význam pro aplikovatelnost dohody má vymezení pojmu specifická subvence, protože ustanovením o zákazu a napadnutelnosti subvencí podléhají právě jen specifické subvence. Těmi jsou subvence v případě, že orgán poskytující subvenci výslovně omezí přístup k subvenci jen pro určitý podnik, výrobní odvětví, skupinu podniků nebo výrobních odvětví.

1.6 Závazky vyplývající z členství v OECD

ČR se stala členskou zemí Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) dne 21.12.1995. Díky členství v OECD je ČR ve světě vnímána jako důvěryhodný partner jak pro pasivní, tak i aktivní zapojování do všech oblastí mezinárodní spolupráce.

Přímá vazba mezi činností OECD a proexportní politikou ČR existuje v Pracovní skupině pro vývozní úvěry a úvěrové záruky, která je pracovním orgánem Obchodního výboru OECD a soustřeďuje se na pojištění a financování vývozu se státní podporou. Jsou zde přijímány společné postupy a iniciativy pro státní podporu exportu při respektování požadavku ochrany životního prostředí, potlačování korupce v mezinárodním obchodě, zamezování neproduktivních vývozů do nejchudších rozvojových zemí apod. Tato pracovní skupina OECD je fórem, na němž vystupují členské země EU svým jménem to samozřejmě platí i pro ČR.

Na činnost Pracovní skupiny pro vývozní úvěry a úvěrové záruky úzce navazuje členství EU ve skupině Participantů Ujednání o pravidlech pro státem podporované vývozní úvěry, tzv. Konsensus OECD. Členské země Evropské unie včetně ČR vystupují a hlasují jednotně jako jeden Participant na základě předem koordinovaného a odsouhlaseného

postupu. Účast na členství v tomto seskupení zemí umožňuje zapojení ČR do stanovování rovných pravidel státem podporovaných vývozů s ostatními členskými zeměmi Konsensu.

Účast v Konsensu je současně kvalitní zpětnou vazbou a informačním zdrojem pro strukturální i teritoriální analýzu tendencí i dílčího směřování klíčových a vyspělými státy podporovaných investičních projektů.

Konsensus OECD Participanty, tedy i ČR, zavazuje dodržovat u střednědobých a dlouhodobých úvěrů pravidla pro státní podporu vývozu formou pojištění vývozních úvěrových rizik. Země OECD se o těchto pravidlech dohodly v Ujednání o oficiálně podporovaných vývozních úvěrech (Konsensus OECD).

Pravidla spočívají ve stanovení základních podmínek financování (stanovení minimálních úrokových sazeb a maximální přípustné délky úvěrů) a pojištění (minimální pojistné sazby pro jednotlivé rizikové kategorie a teritoria dlužníků v závislosti na jejich délce). Pravidla stanovená tímto Ujednáním dobrovolně dodržují všechny země, účastníci se Konsensu OECD a jsou závazná pro všechny členské země Evropské unie. Jejich smyslem je jednotně stanovit omezení pro rozsah státní podpory vývozu tak, aby si vývozci z členských zemí OECD, resp. Evropské unie konkurovali kvalitou a cenou svého zboží, nikoliv rozsahem státní podpory.

Členství České republiky v těchto mezinárodních organizacích zavazuje požadovat při poskytování pojištění se státní podporou, aby vývozci dodržovali mezinárodní konvence o ochraně životního prostředí a o boji proti podplácení v mezinárodním obchodě.

V souvislosti s členstvím ČR v Konsensu OECD Česká republika respektuje jednotný režim řazení zemí do kategorií podle míry jejich rizikovosti. Tento systém tvoří vzájemně provázaný celek s metodikou tvorby pojistných sazeb ostatních členských zemí.

Rizika, která ohrožují úhradu pohledávky z vývozu za zahraničním dlužníkem, mohou být dvojí:

- teritoriální (politická) – rizika nezaplacení zahraničním dlužníkem z důvodů, které mají z hlediska obchodních partnerů povahu vyšší moci (administrativní opatření země dlužníka nebo třetí země, válka, revoluce, občanské nepokoje, přírodní katastrofy apod.) a nezaplacení veřejnoprávním kupujícím;

- komerční – rizika nezaplacení z důvodu platební neschopnosti dlužníka nebo jeho platební nevůle.

1.7 Dílčí závěr

Česká republika je malá otevřená ekonomika ležící ve střední Evropě. Jedná se o zemi s vysokým exportním potenciálem. Teritoriální a také komoditní struktura českého exportu je však výrazně polarizovaná. Více než 85 % vývozu směřuje do států Evropské unie.

ČR jako člen Evropské unie realizuje zahraniční obchod v rámci EU v režimu jednotného vnitřního trhu. Jedná se o tzv. intrakomunitární obchod. Vůči třetím zemím převzala ČR společnou obchodní politiku EU, na jejíž tvorbě, provádění a modifikacích se ČR aktivně podílí. Tvorba nástrojů a opatření na podporu exportu je v kompetenci jednotlivých států. ČR je však vázána mezinárodními dohodami k nimž přistoupila.

2 Státní podpora exportu v České republice

I pro Českou republiku platí teze, že čím je země menší a vyspělejší, tím je závislejší na vnějších hospodářských vztazích a právě v nich hraje zahraniční obchod klíčovou úlohu. Z tohoto důvodu také vláda České republiky pokládá za svou povinnost napomáhat zdravému, trvale udržitelnému ekonomickému vývoji, jehož součástí je i vnější rovnováha dosahovaná mimo jiné dynamickým růstem vývozu.

2.1 Podpora exportu na úrovni ministerstev

Při srovnání úspěšných, moderních a ekonomicky vyspělých zemí lze i přes jejich značnou odlišnost nalézt společné body. Jedním z nich je kvalitní státní správa. V oblasti podpory exportu, kde představitelé ekonomicky silných firem v zahraničí často lobbují u svých zahraničních partnerů na vrcholové úrovni a znesnadňují tak vstup na tyto trhy, to platí dvojnásob.

Role státu v rámci zahraničního obchodu v zemích s tržní ekonomikou vychází ze základní myšlenky, že státní správa sice nesmí zasahovat do zahraničně obchodních operací jednotlivých podnikatelských subjektů, musí však pro ně vytvářet optimální podmínky, neboli odvozeně, musí vytvářet stimulující proexportní klima. Je však nutné, aby se podnikatelé na státní správu obraceli s co nejkonkrétnějšími požadavky, co a jak může stát v této oblasti zlepšit, protože jen s vědomím těchto potřeb může státní správa vykonávat co nejefektivněji své kompetence s cílem maximálně napomoci úspěchu českých firem v zahraničí. Je nutné, aby stát dokázal jasně definovat své zájmy na zahraničních trzích. To znamená, že musí firmám předložit svoji nabídku služeb v oblasti exportu, ať už ve formě publikací, na internetových serverech, či zřizováním informačních telefonních linek. Zároveň se stát nesmí vzdát jistých regulačních nástrojů, tak aby byl schopen dostát svým mezinárodním závazkům.

Mezi základní úkoly státního aparátu patří mimo jiné organizačně koordinační směřování státní proexportní politiky, její propagace, návrhy na její inovaci podávání teritoriálně komoditních informací či vyvíjení obchodně diplomatických aktivit. Liberalizace zahraničního obchodu, prostřednictvím uzavírání dvoustranných i mnohostranných dohod, tvorba zahraničně obchodní strategie je prováděna prostřednictvím společné obchodní politiky EU na jejíž tvorbě se ČR podílí.

2.1.1 Ministerstvo zahraničních věcí ČR

Klíčovou roli v mezinárodních vztazích hraje Ministerstvo zahraničních věcí ČR (MZV). Hlavní úloha tohoto ministerstva spočívá v koordinaci zahraničních ekonomických vztahů, koordinaci činností ostatních ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy v oblasti zahraničních vztahů na národní úrovni. Řídí zastupitelské úřady a připravuje pracovníky pro výkon zahraničních služeb. Dohlíží také na dodržování závazků vyplývajících pro Českou republiku z mezinárodních smluv a z členství ČR v mezinárodních organizacích.

MZV ČR ve spolupráci s Komisí EU a Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR koordinuje a zabezpečuje přípravu, sjednávání i vnitrostátní projednávání mezinárodních smluv a dohod a realizuje jejich vyhlášení. Následně je pak v kompetenci tohoto ministerstva také sledování dodržování a provádění těchto dohod a smluv.

Ministerstvo zahraničních věcí představuje Českou republiku jako vyspělý demokratický stát s nímž lze navázat důvěryhodnou spolupráci také prostřednictvím Českých center. Česká centra jsou samostatnou příspěvkovou organizací Ministerstva zahraničních věcí ČR s posláním vytvářet pozitivní obraz ČR v zahraničí především v oblasti kultury, obchodu a cestovního ruchu. Česká centra se aktivně podílejí na navazování obchodní spolupráce mezi českými a zahraničními subjekty

Avšak z pohledu politiky na podporu exportu lze spatřovat obrovský význam Ministerstva zahraničních věcí ČR jako řídicího orgánu zastupitelských úřadů (ZÚ) v zahraničí, které tvoří základ institucionálního systému prosazování zájmů České republiky v zahraničí. Celosvětová síť těchto úřadů v roce 2006 zahrnovala celkem 117 českých zastupitelských úřadů v zahraničí, mezi které patří kromě 3 poboček zastupitelských úřadů i 19 zastoupení na úrovni generálních konzulátů a 7 na úrovni stálých misí. V celkem 66 zemích působí k dnešnímu dni na 79 obchodně ekonomických úsecích zastupitelských úřadů celkem více než sto diplomatů, kteří se věnují výhradně obchodně ekonomické činnosti. V ostatních zemích je ekonomická agenda rovněž důležitou součástí práce diplomatů, ovšem v těchto zemích jsou diplomaté kromě této činnosti pověřováni i úkoly v oblastech jiných, například kulturních nebo politických.

Zastupitelské úřady sehrávají z hlediska proexportní politiky nezanedbatelnou úlohu. Jejich aktivity jsou zaměřeny na prosazování českých ekonomických zájmů, a také na

zvyšování všeobecného povědomí o české ekonomice v zemích, kde tyto úřady působí. Zastupitelské úřady se také ve spolupráci s dalšími subjekty soustřeďují na informování českých firem o konkrétních exportních možnostech, podnikatelských příležitostech či o potenciálních obchodních partnerech v zahraničí. Obchodně ekonomické úseky zastupitelských úřadů kromě výše zmiňované monitorovací, analytické a informační činnosti, hodnotí ekonomický vývoj v dané zemi i vývoj bilaterálních obchodně ekonomických vztahů mezi Českou republikou a partnerskou zemí, v níž působí. V rámci této podpůrné činnosti českým firmám poskytují informace o kontaktech na potenciální obchodní partnery a informace o podnikatelském prostředí, podmínkách exportu a mezinárodních tendrech v zemi své působnosti. Díky těmto údajům mohou české firmy zvážit možnosti uplatnění svých výrobků na místním trhu a využít přiměřenou podporu zastoupením českých podnikatelských subjektů, působících v dané zemi. Mohou požádat také o aktivní podporu při navazování kontaktů s místními politickými a podnikatelskými autoritami, či organizační podporu při účasti firem na propagačních akcích, výstavách a veletrzích, popřípadě při pořádání podnikatelských misí.

Všem případným zájemcům o působení v zahraničí jsou všechny tyto důležité údaje snadno dostupné na internetu. A právě v této oblasti je významná práce zastupitelských úřadů, které vypracovávají teritoriální informace s cennými komplexními daty o daném správním území. Tyto zprávy jsou pak uveřejněny na serveru Správy českých center na adrese www.export.cz. Kromě toho zastupitelské úřady provozují také své vlastní webové stránky, kde je možno získat základní údaje o konkrétní zemi, včetně aktuálních informací obchodního charakteru nebo odkazy na tyto informace. Prostřednictvím oficiálních webových stránek MZV je pak možné navázat kontakt přímo s konkrétním zastupitelským úřadem.

2.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (MPO) zastává v rámci proexportní politiky řídicí roli a to hlavně ve smyslu organizačně koordinačním. Tento fakt vychází nejen z podstaty věci v tom smyslu, že MPO vykonává většinu proexportních aktivit, ale především z kompetenčního zákona, v němž je mimo jiné explicitně uvedeno, že MPO je ústředním orgánem státní správy pro zahraniční obchod a podporu exportu. Tato řídicí role Ministerstva průmyslu a obchodu není snahou o centralistické pojetí vnitřní organizace státní proexportní

politiky, ale způsobem, jak do systému státní proexportní politiky vnést nezbytný řád a efektivně využít všech institucionálních a legislativních proexportních nástrojů.

Ministerstvo průmyslu a obchodu je ústředním orgánem státní správy pro zahraničně ekonomickou politiku ČR. MPO koordinuje zahraničně ekonomickou politiku ČR ve vztahu k jednotlivým státům, realizuje obchodní spolupráci se zeměmi, které nejsou členy Evropské unie a s mezinárodními organizacemi a také s různými integračními seskupeními. MPO řídí a vykonává rovněž činnosti spojené s uplatňováním licenčního režimu v oblasti hospodářských styků se zahraničím.

- „Dohodu o spolupráci MZV a MPO v otázkách spojených se zabezpečením zahraničně obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby ČR“. Tuto dohodou se přenáší odpovědnost za odborné řízení obchodně ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR (OEÚ ZÚ) z Ministerstva zahraničních věcí ČR na Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR.
- „Dohodu o spolupráci v otázkách spojených se zabezpečením zahraničně obchodní politiky, zahraničního obchodu a podpory exportu v činnosti zahraniční služby České republiky“, jejímž cílem je zabezpečit vyšší kvalitu, intenzitu a důslednost výkonu některých funkcí státu v oblasti vnějších ekonomických vztahů.

Uzavření těchto dohod bylo motivováno snahou obou resortů zabezpečit vyšší kvalitu a intenzitu výkonu některých funkcí státu v oblasti vnějších ekonomických vztahů, zejména na úseku budování a řízení obchodně ekonomických úseků ČR při zastupitelských úřadech v zahraničí.

Podpisem dohod z 8. října 1998 byly proti předchozí praxi významně posíleny kompetence, odpovědnost a možnosti MPO při výkonu jeho působnosti. Tyto jsou dány platným kompetenčním zákonem v oblasti provádění zahraničně obchodní politiky ČR, při provádění a koordinaci proexportních aktivit a napomáhání zahraničnímu obchodu, resp. realizaci zahraničně ekonomické činnosti. MPO tím dává možnost, při respektování principu jednotného řízení ZÚ ČR v zahraničí více ovlivňovat umístění OEÚ ZÚ a svěřuje mu odborné řízení jejich pracovníků.

Kompetenční zákon zakotvuje rozhodující vliv MPO na výběr, přípravu, vysílání, hodnocení a odvolávání pracovníků OEÚ ZÚ a obchodně ekonomických pracovníků stálých

misí u vybraných mezinárodních organizací a dává MPO možnost stanovit po projednání s MZV jednotnou metodiku, formu a periodicitu ekonomického zpravodajství. Dohody sledují především základní zájem napomoci podnikatelské veřejnosti, zejména malým a středním firmám, v jejich průniku a prosazení se na zahraničních trzích.

Ve snaze zlepšit komunikaci s podnikatelskou sférou, vydalo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR a Ministerstvo zahraničních věcí ČR dne 22. června 2004 „Zásady spolupráce zastupitelských úřadů České republiky s českými podnikatelskými subjekty v obchodně ekonomické oblasti“ (Kodex). V Kodexu stanovená pravidla, postupy a limity při poskytování pomoci českým podnikatelským subjektům ze strany zastupitelských úřadů České republiky v zahraničí jsou obsahově v souladu s hlavními úkoly zastupitelských úřadů České republiky, kterými se míní zejména velvyslanectví a generální konzuláty, a jejich obchodně ekonomické úseky, v obchodně ekonomické oblasti.

Kodex má za cíl zejména vymezit a vyjasnit rozsah a formu pomoci a podpory, kterou jsou připraveny poskytnout uvedené státní instituce MZV, MPO se svými příspěvkovými organizacemi – agenturou pro podporu exportu CzechTrade a Správou českých center – českým podnikatelským subjektům při jejich obchodně ekonomických aktivitách na zahraničních trzích.

2.1.3 Ministerstvo financí a Celní správa ČR

Ministerstvo financí ČR (MF) podporuje politiku exportu v zásadě trojím způsobem.

V první řadě je Česká republika účastníkem mezinárodních daňových vztahů, což je právě v kompetenci Ministerstva financí ČR, za druhé je MF řídicím orgánem Celní správy České republiky a konečně za třetí MF je řídicím orgánem pojišťoven a bank, včetně Exportní garanční a pojišťovací společnosti a České exportní banky.

V rámci OECD je Ministerstvo financí, gestorem za problematiku podporovaných exportních úvěrů, které se projednávají ve Skupině pro exportní úvěry a úvěrové záruky. Dále má spolugesce společně s EGAP, a.s., a ČEB, a.s., za skupinu Participantů k Ujednání o podmínkách podporovaných vývozních úvěrů. Hlavním účelem Ujednání o podmínkách podporovaných vývozních úvěrů je poskytnout rámec pro řádné využívání oficiálně podporovaných vývozních úvěrů. Ministerstvo financí spoluvytváří a zajišťuje

optimální podmínky proexportní politiky státu, napomáhá k dalšímu zdokonalení, rozšíření, posílení a zlepšení systému podpory vývozu v oblasti pojištění a financování vývozu.

Mezinárodní daňové vztahy

Ministerstvo financí ČR sjednává ve své působnosti s jinými státy dvoustranné dohody o zamezení dvojího zdanění. Tyto smlouvy v podstatě zamezují tomu, aby týž předmět daně téže osoby byl současně zdaněn jak ve státě, jehož je osoba daňovým rezidentem, tak ve státě zdroje příjmu nebo majetku. Tyto smlouvy umožňují spolupráci příslušných orgánů smluvních stran, a to nejen v rámci výměny informací, v rámci zabráňování případným daňovým únikům a podvodům, ale i v rámci řešení problémů.

Úsilím daňové správy České republiky je, co nejvíce přiblížit českou daňovou správu Standardům stanovených Evropskou komisí. Pro tento účel byl vytvořen program **Modernizace daňové správy**. Jedná se zejména o postupné kroky směřující k zabezpečení efektivnějšího výběru daní, které zahrnují legislativní, organizační a personální opatření. Hlavní pozornost je věnována vybudování daňové správy jako poskytovatele služby daňovým poplatníkům.

Největším problémem vnitrouničního obchodu nadále zůstává oblast nepřímých daní, tj. daně z přidané hodnoty a spotřební daně, které se řídí národním právem každé členské země. Základní zásady daňové politiky členských zemí však musí být v souladu s příslušnými směnicemi Rady EU.

Pro účely DPH byly po vstupu České republiky do Evropské unie pojmy „vývoz zboží“ a „dovoz zboží“ do (ze) zemí Evropské unie nahrazeny termíny „příjem“ a „odeslání zboží“. V souladu s právními předpisy Evropské unie je dodání zboží do jiného členského státu (dříve export) považováno za osvobozené plnění s nárokem na odpočet pouze v případě, že pořizovatel zboží je v jiném členském státě Evropské unie registrován k DPH, tzn., že mu bylo přiděleno daňové identifikační číslo pro účely DPH.

V souvislosti s uvedenými změnami zavedla česká daňová správa postupy pro spolupráci při správě DPH s ostatními členskými státy Evropské unie. Napojením se na elektronický systém VIES (VAT Information Exchange System) je českým správcům daně umožněno zkontrolovat, zda dodavatel zboží byl oprávněn osvobozen od daně, a naopak

prověřit, zda pořízení zboží z jiného členského státu bylo v České republice řádně přiznáno a zdaněno.

Při dodání zboží do třetích zemí mimo území Evropské unie je zachována původní právní úprava vývozu.

Celní správa České republiky

Vstupem České republiky do Evropské unie přestalo být území našeho státu samostatným celním územím, na kterém platí výhradně české celní předpisy, a stalo se součástí celního území Společenství. Podmínky dovozu a vývozu zboží v rámci obchodu se třetími zeměmi, tj. státy a územími, které nejsou součástí celního území Společenství, a pohyb zboží, které nemá statut Společenství, po jeho celním území upravují celní předpisy Společenství. Obchodní výměna zboží se statutem Společenství mezi jednotlivými členskými státy EU celním předpisům, až na malé výjimky spojené zpravidla s opatřeními v rámci společné zemědělské politiky, nepodléhá. V praxi to znamená, že v tomto vzájemném obchodě jsou odbourána obchodně politická omezení, licence, zákazy a omezení, cla a celní kvóty, řízení o jejich vyměření, výběru či vymáhání a úkony spojené s celním dohledem.

Zboží vyvážené do třetích zemí nadále podléhá celnímu dohledu v rozsahu stanoveném celními předpisy Společenství. Tyto předpisy se skládají jak z předpisů přijatých na úrovni Společenství, tak i předpisů přijatých na vnitrostátní úrovni.

Obecně lze konstatovat, že komunitární celní předpisy upravují rozhodující oblasti celnictví, celní politiky a celního tarifu. V praxi to znamená, že jednotlivé členské státy EU postupují v oblasti vývozu a dovozu zboží s jednotným celním sazebníkem a jednotnou celní statistikou. Rovněž způsoby nakládání se zbožím v rámci přidělení vybraného celně schváleného určení a při propouštění zboží do navržených celních režimů jsou upraveny formou jednotných podmínek. Pouze v některých, celními předpisy Společenství stanovených případech, lze postup celních orgánů upravit vnitřními národními předpisy. Národním celním právem je upravena řada právních institutů, které se týkají především postavení a organizace celní správy, postavení subjektů při celním dohledu, především co do obsahu jejich práv a povinností, jejich odpovědnost za celní delikty či jiné správní delikty, některá procesní ustanovení týkající se povolovacího řízení ve věci zajištění celního dluhu, jeho úhrady a vymáhání.

Vnitrounitní obchod nepodléhá v žádné členské zemi celnímu dohledu, ani kontrolním režimům na státních hranicích členských zemí, pokud nejsou vnější hranicí Společenství. Jedinými podstatnými státními zásahy do tohoto obchodu tak zůstává v roce 1993 zavedená evidenční povinnost v systému INTRASTAT, a opatření vyplývající z uplatnění národních daňových předpisů, především v oblasti daně z přidané hodnoty a v oblasti spotřebních daní.

2.1.4 Ministerstvo zemědělství ČR

Ministerstvo zemědělství ČR je ústředním orgánem státní správy ve věcech komoditních burz, a tyto organizují obchody se zbožím ze zemědělské a lesní výroby. Velmi aktivně se podílí na podpoře vývozu agrárních a potravinářských komodit v mnoha směrech. Tato záležitost je považována za velice důležitou s ohledem na výši negativního salda agrárního zahraničního obchodu ČR.

Ministerstvo zemědělství ČR dále úzce spolupracuje s obchodně ekonomickými úseky ZÚ ČR v zahraničí. Příkladem může být pravidelné informování o možnostech vývozu jednotlivých komodit z ČR.

Oblast tuzemské a zahraniční propagace a nepřímou podporu exportu na Ministerstvu zemědělství ČR koordinuje a provádí **odbor zahraničního protokolu a propagace**. Tento odbor:

- spolupracuje s ostatními orgány státní správy, zastupitelskými úřady České republiky, jakož i s resortními ministerstvy v zahraničí, včetně diplomatických misí v České republice,
- je centrálním místem pro zajišťování bilaterální spolupráce s jednotlivými zeměmi světa a jednotkou, kterou prochází veškerá korespondence ze zahraničí (požadavky, úkoly) se zodpovědností za zajištění vypracování odpovědí,
- zpracovává roční a dlouhodobé koncepce uzavírání dvoustranných mezinárodních vládních a resortních smluv v gesci ministerstva, koordinuje jejich přípravu a sjednávání včetně sukcesí do smluv; spolupracuje v této oblasti s Ministerstvem zahraničních věcí ČR,
- zajišťuje po stránce protokolární, obsahové a organizační kontakty ministra na nejvyšší úrovni (pracovní cesty do zahraničí a přijímání zahraničních představitelů) ve spolupráci s protokolem ministra,

- plánuje, koordinuje a realizuje propagaci resortu na mezinárodních zemědělských a potravinářských veletrzích, výstavách a prezentacích v zahraničí a v ČR. V rámci těchto proexportních aktivit jsou každoročně pod gescí MZe ČR realizovány národní expozice na mezinárodních veletrzích a výstavách, v rámci kterých se prezentují zemědělské a potravinářské firmy ČR. Při výběru teritorií, ve kterých je plánováno uskutečnit národní expozice pod gescí MZe ČR, úzce spolupracuje s MPO ČR.

Agrární zahraniční obchod členských zemí EU, tedy i ČR, zásadně ovlivňuje nejen společná obchodní politika EU, ale také společná zemědělská politika EU. Obchodní mechanismy společné zemědělské politiky aplikují platební agentury. V ČR je touto funkcí pověřen Státní zemědělský intervenční fond (SZIF).

2.2 Státem zřízené a podporované instituce a zařízení

Pro účinnou a efektivní realizaci proexportní politiky zřizuje stát řadu státních orgánů a institucí, tj. nejrůznějších organizací a agentur, které čerpají prostředky na svou činnost ze státního rozpočtu a jejichž úlohou je vyvíjet činnost na podporu exportu. Již jsme hovořili o zastupitelských úřadech a jejich obchodně ekonomických úsecích, v následujících odstavcích budou představeny další organizace a agentury, a zároveň bude vysvětleno jakou úlohu plní a jaké vazby mezi nimi existují.

2.2.1 Česká centra

Správa českých center (SČC) je příspěvkovou organizací zřízenou Ministerstvem zahraničních věcí České republiky. SČC zakládá, řídí a provozuje Česká centra v zahraničí a mimo jiné vyvíjí komerční aktivity sloužící k propagaci České republiky v zahraničí a k podpoře proexportní politiky ČR. Českým vývozcům může posloužit zejména svojí dobře vybudovanou informační databází.

Česká centra v zahraničí (ČC) zprostředkovávají informační toky mezi Českou republikou a místem působení centra v obchodním a podnikatelském prostředí a zprostředkovávají obchodní kontakty.

Jich posláním je vytváření dobrého jména, pozitivního obrazu a atraktivní *image* ČR v zahraničí spolu s aktivním prosazováním zájmů ČR a uskutečňováním veřejné diplomacie v

souladu s obecnou diplomacií a zahraničně-politickými prioritami státu. Snahou Českých center prezentovat Českou republiku v zahraničí, ale především rozvíjet dialog se zahraniční veřejností a spoluvytvářela *image* ČR jako moderní a dynamické země ve 21. století.

Jednou z činností Českých center je prezentace ČR v oblasti obchodu a zajišťování informačního servisu o České republice a též rozvoji ekonomických vztahů. V oblasti vnějších ekonomických vztahů přispívají Česká centra k navazování mezinárodní spolupráce, obchodních vztahů a partnerství českých a zahraničních subjektů se zaměřením na podporu exportu zboží a služeb z ČR.

Činnost Českých center se zaměřuje na tři základní oblasti:

- kulturu a vzdělávání - ČC představují zajímavé projekty a tvůrce z celého spektra českého umění a školství, pořádají kurzy českého jazyka pro jednotlivce i firmy,
- podporu cestovního ruchu – prezentace ČR jako turisticky atraktivní země,
- podporu vnějších ekonomických vztahů, zvláště exportu - v oblasti vnějších ekonomických vztahů ČC sehrávají aktivní roli při navazování obchodní spolupráce mezi českými a zahraničními subjekty. ČC se podílejí na propagaci českých společností v zahraničí. K těmto účelům zájemcům nabízejí prostory (obchodní setkání, tiskové konference apod.), pomáhají při přípravě a zajištění prezentace v prostorách Českých center a asistenční služby. České centrum zajistí kompletní servis při pořádání firemních prezentací, obchodních setkání, tiskových konferencí apod. Rozsah služeb je závislý na aktuálních možnostech jednotlivých ČC (např. propagace akce, tlumočnický servis, zapůjčení audiovizuální techniky, zabezpečení občerstvení) a zprostředkování řádkové inzerce ve vybraných teritoriích, řádková inzerce v tištěných periodikách a na internetových stránkách, možnost zadání inzerce na internetových stránkách Českých center, obchodní servery v zahraničí. Poptávky získané od zahraničních subjektů zveřejňují na internetové stránce <http://www.export.cz>.

Ústředí Českých center předkládá českým firmám a subjektům možnost zviditelnění v zahraničí formou připojení své prezentace k některému z kulturních programů Českých center ve světě, případně konkrétní program připraví dle dohody se smluvním objednatelem.

V současné době působí v zahraničí 22 Českých center, z toho v Evropě 21 a jedno v USA. Jejich snahou je i nadále nabízet kvalitní služby a programy, podporovat pozitivní vnímání České republiky a celkově profesionálně prezentovat Českou republiku v zahraničí. V Moskvě Česká centra navíc spravují Český dům⁵ a Obchodně-technické středisko Čertanovo⁶.

2.2.2 Exportní garanční a pojišťovací společnost

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP) je specializovaná státní úvěrová pojišťovna, která je součástí systému státní podpory exportu. Jejím posláním je ochrana vývozců a bank financujících vývoz proti nezaplacení ze strany zahraničních kupujících v důsledku komerčních a teritoriálních (politických) rizik podle zákona o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, dle něhož stát ručí za závazky EGAP z tohoto pojištění. EGAP je úvěrovou pojišťovnou zřízenou podle zákona o pojišťovnictví a její činnost se řídí i ostatními předpisy platnými pro pojišťovny na českém trhu. Pravidla EGAP umožňují poskytnout pojistné krytí i zahraničním bankám, které poskytují českým firmám financování jejich exportu, i když tyto banky nemají sídlo na území ČR.

EGAP byl založen v únoru 1992 s cílem poskytovat českým vývozcům podporu ve formě úvěrového pojištění, která je obvyklá ve vyspělých tržních ekonomikách. Od počátku své existence nabízí EGAP rovněž komerční úvěrové pojištění krátkodobých exportních a tuzemských pohledávek na bázi zajistitelských smluv s mezinárodními zajišťovnami. V souladu s pravidly EU bylo komerční úvěrové pojištění vyčleněno v roce 2005 do samostatné dceřiné společnosti Komerční úvěrové pojišťovny EGAP, a.s.

⁵ Český dům v Moskvě - Od dubna 2002 zodpovídají ČC za provoz hotelového a ubytovacího komplexu Český dům v Moskvě. Objekt se nachází v centru Moskvy. Vedle ubytovacích a restauračních služeb nabízí možnost pronájmů bytových a kancelářských prostor, zajištění vlastní dopravy mezi hotelem a letištěm, služby autoservisu a mytí automobilů, pronájem garáží, služby sportovního a relaxačního centra a business centra. Český dům rovněž poskytuje rozsáhlý informační servis pro naše i ruské podnikatele a nabízí pomoc při zajištění obchodních setkání a firemních prezentací.

⁶ Obchodně-technické středisko Čertanovo v Moskvě - Velké možnosti našim podnikům skýtá Obchodně-technické středisko Čertanovo v Moskvě, které nabízí široké zázemí pro obchodní činnost v Ruské federaci. Přímo v areálu o rozloze 4,5 ha jsou pořádány školení, přednášky, semináře, konference, prezentace českých a slovenských podnikatelských subjektů spolu s jejich výrobky a službami, národní výstavy, společenská setkání apod. K dispozici jsou ubytovací, kancelářské a skladovací prostory. Personál provádí také rozmanité servisní služby (základní opravy motorových vozidel, zapůjčení automobilů a autobusů apod.).

Členství České republiky v OECD a v Evropské unii zavazuje EGAP dodržovat podmínky Konsenzu OECD. Jednotlivé pojistné produkty EGAP odpovídají různým způsobům financování používaných při vývozu všech kategorií zboží. Úvěrové pojištění se státní podporou se poskytuje především na úvěry pro kupující v zemích se zvýšeným rizikem a na dlouhodobé úvěry na vývoz investičních celků, strojů a zařízení, stavebních prací nebo na investice v zahraničí. EGAP je rovněž připraven krýt riziko dobrého výkonu českého exportéra ve prospěch banky financující výrobu pro vývoz nebo vystavující záruku za smluvní závazky vývozce. Jednotlivé typy pojištění, které EGAP zajišťuje, představují:

- typ „B“ - pojišťuje se riziko nezaplacení úvěru, jehož délka nepřekračuje 24 měsíců; pojištěným je český vývozce, který poskytuje dodavatelský úvěr zahraničnímu odběrateli (dlužníkovi),
- typ „C“ - pojišťuje se riziko nezaplacení úvěru, jehož lhůta je delší než 24 měsíců; pojištěným je český vývozce, který poskytuje dodavatelský úvěr zahraničnímu odběrateli (dlužníkovi),
- typ „D“ - pojišťuje se riziko nezaplacení úvěru, který poskytla banka vývozce zahraničnímu odběrateli (dlužníkovi) nebo jeho bance k financování dodávek českého vývozce; pojištěným je banka vývozce poskytující odběratelský úvěr,
- typ „E“ - pojišťuje se riziko ztráty banky potvrzující akreditiv v důsledku celkového nebo částečného nezaplacení podle podmínek akreditivu; pojištěným je banka,
- typ „F“ - pojišťuje se riziko ztráty banky nebo jiného subjektu poskytujícího úvěr českému výrobcí/vývozci na předexportní financování výroby v důsledku nesplnění vývozního kontraktu ze strany českého výrobce/vývozce; pojištěným je banka a na tento typ pojištění musí navazovat na pojištění vývozních pohledávek typu „B“, „C“, nebo „D“,
- typ „I“ - pojišťuje se riziko omezení nebo ztrát výnosů z investice české právnické osoby v zahraničí v důsledku znemožnění jejich transferu do ČR, vyvlastnění investice bez náhrady nebo v důsledku politicky násilných činů; pojištěným je český investor,
- typ „P“ – pojištění na podporu pronikání malých a středních podniků na nové zahraniční trhy; pojišťuje se úvěr poskytnutý bankou na krytí nákladů vývozce spojených s prospekci zahraničních trhů a marketingovými aktivitami vývozce (průzkum trhu, inzerce, účast na obchodních akcích, certifikace výrobků apod.) proti riziku nesplacení úvěru v důsledku neúspěšnosti prospekce; pojištěným je banka,

- typ „V“ - pojišťuje se riziko ztrát vývozce v důsledku nemožnosti splnit smluvní závazky ze smlouvy o vývozu z důvodů zapříčiněných dovozcem (výrobní riziko); pojištěným je vývozce,
- typ „Z“ - pojišťuje se riziko oprávněného nebo neoprávněného čerpání z bankovní záruky zahraničním odběratelem nebo jeho bankou; pojištěným je banka, která vystavila zahraničnímu odběrateli nebo jeho bance bankovní záruku za českého vývozce v souvislosti se získáním nebo realizací vývozního kontraktu (záruka za nabídku, dobré provedení kontraktu a záruka za akontaci).

Příslib pojištění se uplatňuje při přípravě pojištění střednědobých a dlouhodobých vývozních úvěrů a má formu smlouvy o smlouvě budoucí. Příslib pojištění garantuje klientovi již v průběhu kontraktačních jednání rezervaci potřebné pojistné kapacity a závazek EGAP s tímto klientem uzavřít pojistnou smlouvu. Přísliby se používají v souvislosti s pojistnými produkty typu „B“, „C“, „D“, „E“, „F“, „I“, „V“ a „Z“.

Pro umožnění účasti českých exportérů v mezinárodních konsorciích dodavatelů investičních celků spolupracuje EGAP s partnerskými úvěrovými pojišťovnami z jiných zemí, kde se každá národní úvěrová pojišťovna podílí na riziku v rozsahu podílu vývozu pocházejících z vlastní země. Celý projekt je pojištěn pojišťovnou ze země hlavního dodavatele a pojišťovny subdodavatelů přebírají příslušný podíl rizika zahraničního dlužníka, rovnající se dodávkám vlastních vývozců prostřednictvím aktivního zajištění poskytnutého partnerské zahraniční úvěrové pojišťovně. V závislosti na tom, zda je český vývozce hlavním dodavatelem nebo subdodavatelem, EGAP vystupuje jako pojistitel, nebo jako zajistitel.

Úvěrové pojištění EGAP se státní podporou významně napomáhá podnikům získat finanční zdroje pro vývoz, neboť pojistka slouží také jako vhodný zajišťovací instrument pro banky. Tato „přidaná hodnota“ úvěrového pojištění navíc umožňuje bankám přiřadit pojištěným úvěrům a zárukám nulovou rizikovou váhu a poskytovat tak úvěry výrazně levněji.

2.2.3 Česká exportní banka, a.s.

Česká exportní banka, a.s. (ČEB) je specializovanou bankovní institucí státní podpory vývozu se 100 % státní majetkovou účastí. Založena byla v roce 1995 s cílem zajistit dlouhodobé financování objemově významných vývozních kontraktů českých exportérů za

výhodných podmínek zejména z hlediska doby splatnosti a výše úrokových sazeb a působí jako partner českých vývozců tedy již více než 10 let. V reakci na vývoj vnějších podmínek prošla banka vývojem, jehož výsledkem je dnes schopnost poskytovat komplexní finanční služby spojené s financováním vývozu i výroby pro vývoz bez ohledu na komoditu, hodnotu financovaného vývozu a délku splatnosti poskytnutých úvěrů. ČEB financuje vývoz téměř do všech zemí světa.

ČEB vychází z nové filosofie přístupu k zákazníkovi. Procesy v bance jsou nastaveny tak, aby v co největší míře vycházely vstříc potřebám vývozce již při prvním jeho kontaktu s bankou. Všestranná a trvalá péče o klienta si klade za cíl vybudovat úzký a vzájemně výhodný vztah mezi ním a bankou, který povede k významnému rozšíření klientského portfolia a dalšímu posílení pozice ČEB jako specializované bankovní instituce státní podpory vývozu. Proto jsou pracovníci ČEB připraveni ke každému kontaktu s potenciálním klientem. V jeho průběhu se zaměřují na získání informací a shody o nejvhodnějším způsobu financování jeho obchodního případu a v případě potřeby i kombinací různých produktů ČEB komplexně pokrývajících potřebu vývozce.

ČEB nabízí komplexní financování vývozu těmito formami:

- Refinančními úvěry, tedy úvěry poskytovanými komerčními bankami působícími na území České republiky, jejichž prostřednictvím je financován vývoz klientů těchto bank,
- Přímými úvěry vývozci, investorovi nebo zahraniční osobě na financování vývozu a výrobci na financování výroby pro vývoz. Tyto úvěry slouží k překlenutí období od expedice předmětu vývozu do okamžiku inkasa platby za uskutečněný vývoz podle obchodních podmínek smlouvy o vývozu, tj. na překlenutí platební podmínky zakotvené ve smlouvě o vývozu. Slouží zároveň také k úhradě splátek úvěru na financování výroby pro vývoz, pokud je takováto úvěrová smlouva uzavřena. Jsou spláceny platbami za uskutečněný vývoz podle smlouvy o vývozu,
- Přímými úvěry výrobci jsou určeny na financování výroby pro vývoz. Jsou to účelové krátkodobé úvěry poskytované vývozcům/výrobcům, kteří realizují vývozní obchodní případ podle sjednané smlouvy o vývozu, a na jehož financování bude ČEB poskytovat rovněž vývozní úvěr. Kryje náklady na materiál, komponenty, suroviny, osobní a režijní náklady v přímé souvislosti s výrobou pro vývoz až do výše 85 %

vývozní ceny doložené smlouvou o vývozu. Úvěr na financování výroby pro vývoz je splácen přímým vývozním úvěrem,

- Přímými úvěry investorovi na financování investic českých právnických osob v zahraničí jsou dlouhodobé nebo střednědobé zpravidla dodavatelské úvěry na financování kapitálové účasti českého subjektu na subjektu v zahraničí. Tyto úvěry budou poskytovány po zevrubné analýze komerčního rizika uvažovaného podnikání v zahraničí a za podmínky, že takové podnikání a bonita českého investora poskytují dostatečné zajištění a zabezpečení návratnosti poskytnutých prostředků. Financování investic je přednostně realizováno ve vazbě na poskytnutí dalších produktů financování vývozu ČEB, zejména s odběratelským úvěrem na dodávky zboží (např. ve struktuře projektového financování, financování distribučních cest apod.),
- Finančními službami souvisejícími s vývozem zahrnující především bankovní záruky, otevírání akreditivů, zajišťovací operace a financování místních nákladů v zemi sídla nebo trvalého pobytu dovozce. Význam bankovních záruk je zřejmý především v kombinaci s ostatními produkty exportního financování zvláště dlouhodobého charakteru. Neplatební záruky vystavuje ČEB podle konkrétních podmínek obchodních případů ve prospěch zahraničních beneficentů. Lze je i kombinovat a jsou vydávány, pokud takovéto záruky jsou podmínkou uskutečnění obchodního případu.

ČEB přednostně vystavuje záruky pro vývozy, ve kterých vystupuje jako financující banka:

- záruka za nabídku (bid bond) zajišťuje závazek prodávajícího uzavřít v případě úspěchu v tendrovém řízení smlouvu o vývozu,
- záruka za platbu předem (advance payment guarantee) čili záruka za vrácení akontace je závazkem vrátit akontaci nebo její poměrnou část, pokud vývozce nesplní podmínky smlouvy o vývozu v oblasti kvantitativní nebo termínové,
- záruka za dobré provedení (splnění) smlouvy o vývozu (performance bond) kryje celé období dodávek až do přejímky a pokračuje i po celou dobu technické záruky. Zajišťuje kvalitativní stránku dodávek. Zajišťuje zároveň dosažení ve smlouvě sjednaných technických parametrů – umožňuje vyplacení zádržného ještě před termínem sjednaným ve smlouvě o vývozu.

Zákon č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování exportu se státní podporou v platném znění zahrnuje do oblasti státní podpory vývozu ještě další nástroj. Je jím dotování

části úrokových rozdílů vzniklých vývozcům z nižších úrokových výnosů jim poskytovaných vývozních dodavatelských úvěrů se splatností delší než 2 roky ve srovnání s úrokovými náklady vývozců spojenými s financováním těchto úvěrů ve výši až do 50%.

2.2.4 Česká agentura na podporu obchodu – CZECHTRADE

Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade je národní proexportní organizací Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky. Byla založena rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu 1. května 1997.

Agentura disponuje unikátními informacemi o světových trzích a širokou sítí zahraničních a regionálních kanceláří. Pro české vývozce je CzechTrade zdrojem profesionálního informačního, asistenčního a poradenského servisu. Cílem agentury je realizace služeb a poskytování individuálního poradenství klientům. Prioritou zůstává klientský princip komunikace podle regionálního rozdělení firem. Nové služby jsou pak zaměřeny zejména na poradenství a asistenci při přímém působení firem na trhu, sdružování a spojování firem.

Pro zahraniční firmy je agentura CzechTrade kontaktním místem při hledání vhodných a spolehlivých partnerů pro obchodní spolupráci, výrobní kooperace a subdodávky v České republice.

Cíle agentury:

Mezi hlavní cíle agentury CzechTrade patří poskytování komplexních služeb v takovém rozsahu a kvalitě jako je tomu u podobných špičkových proexportních agentur ve světě, uplatňování profesionálního přístupu a nabízení individuálního řešení podle přání zákazníků, stejně jako budování dlouhodobého partnerství s klienty. Neméně důležité je také posilování dobrého jména a značky agentury tak, aby pomohla klientům CzechTrade k exportnímu úspěchu v zahraničí a společně s nimi upevnila pozici českého exportu.

V první polovině roku 2006 se činnost agentury opírala o 32 zahraničních kanceláří v 29 zemích světa, z toho 25 působí v Evropě, čtyři v Americe, dvě v Asii a jedna v Africe.

Zahraniční kanceláře poskytují českým firmám asistenční služby podle individuálních potřeb. Od zjištění technických překážek vstupu firmy na zahraniční trh, ověřování zájmu o

nabízený produkt a prezentace firemních materiálů, až po oslovení konkrétních zahraničních partnerů. Úzce spolupracují s českými zastupitelskými úřady a doplňují jejich ekonomické úkoly o praktickou asistenci.

CzechTrade zahájil na počátku roku 2006 projekt, jehož záměrem je budování sítě regionálních exportních míst CzechTrade v každém kraji, přičemž v Praze sídlí centrála CzechTrade. Nová síť vzniká ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR, která v regionech zajišťuje zřízení a provozování jednotlivých regionálních míst. Cílem tohoto projektu je rozšířit a zefektivnit informační a poradenské služby a přiblížit zájemcům nabídku dalších organizací na podporu exportu – Exportní garanční a pojišťovací společnosti (EGAP) a České exportní banky (ČEB), které na něm také spolupracují.

Zájemce o export může využít jedno ze 13 regionálních exportních míst. Bude v kontaktu s přiděleným regionálním konzultantem v pražské centrále a také se svým regionálním manažerem. Tým regionální konzultant-regionální manažer CzechTrade je zárukou dostatečné podpory exportních záměrů klienta. V souvislosti s tímto projektem došlo také k rozšíření exportního vzdělávání v regionech.

2.3 Dílčí závěr

Státní podpora exportu zachovává klima volné hospodářské soutěže, je v souladu se všemi relevantními mezinárodními závazky, které ČR dobrovolně přijala a respektuje pravidlo rovného přístupu.

Z hlediska institucionálního platí, že vykonavateli státní proexportní politiky jsou orgány státní správy a organizace, které stát za účelem podpory exportu zřídil a které jsou nějakým způsobem napojeny na státní rozpočet.

Z hlediska instrumentálního jsou součástí státní proexportní politiky jenom takové nástroje a opatření, které mají přímý a výhradní vztah pouze k exportním procesům. Do státní proexportní politiky tedy nejsou zařazovány nástroje determinující celkové ekonomické prostředí v naší zemi, nelze zaměňovat a směšovat státní proexportní politiku s jinými oblastmi hospodářské politiky státu, přestože jejich souvislosti jsou nesporné a jistá míra překrývání je pochopitelná.

Hlavním důvodem pro to, aby podpora exportu zůstala v rukou státní správy, je rovný přístup k těmto službám. Vláda chce podpořit všechny české exportéry, bez rozdílu velikosti. V případě, že by podpora vývozu byla realizována pouze komerčním způsobem, menší a střední exportéři by na tuto pomoc nedosáhli, protože by na ni neměli finanční prostředky. Soukromé subjekty mohou jen stěží zajistit princip rovných příležitostí, zejména pro malé a střední firmy a začínající podnikatele.

3 Formy nestátní podpory exportu v ČR

Každý vstup na nový zahraniční trh s sebou nese pro vývozce určitá rizika. Exportér se potýká s celou řadou problémů, se kterými se musí vypořádat. V první řadě musí správně vybrat a vyhodnotit trh z hlediska produktu, který hodlá na tento trh uvést. V této souvislosti je třeba zvažovat velikost trhu, možné perspektivy do budoucnosti na tomto trhu, konkurenci firem a jejich výrobků. Dále je třeba zpracovat exportní plán, v němž je nutno nalézt odpovědi na otázky: kdo by měl výrobek kupovat, zda musí být výrobek pro daný trh pozměněn a jak, jaké odbytové cesty použijeme, jaká bude prodejní cena a platební podmínky, jaké budou dopravní a odbytové náklady pro daný trh, zvažují se marketingové techniky uvedení výrobku na trh, kvalifikace personálu, zdroje krytí a další aspekty.

Rozhodujícím faktorem při vstupu na nový trh, a o zahraničním to platí dvojnásob, je získání kvalitního zastoupení na místním trhu. Tím podle charakteru zboží bývá zástupce, dealer, velkoobchodník, distributor apod. Je třeba opatrnosti např. při poskytování práva výhradního zastoupení - exkluzivity na trhu, nesprávná volba může vstup na trh zcela zablokovat. Exportér se proto musí seznámit s důvěryhodností dealera na daném trhu a také s kulturou a zvykovou tradicí země, do které hodlá dovážet. I *image* distributora nebo nevhodně zvolená reklama mohou zapříčinit neakceptování produktu na trhu.

Vzhledem k tomu, že proces vstupu na zahraniční trh je takto komplikovaný, je možné s trochou nadsázky říci, že vývoz je v podstatě obchod s informacemi a rizikem. Exportéři proto využívají každé možnosti získat a správně vyhodnotit informace. Zakládají různé svazy a sdružení, vstupují do obchodních komor, vyhledávají poradenská centra, nakupují informace apod.

V následujících kapitolách jsou popsány nejdůležitější formy organizací, které mohou vývozcům v jejich snaze o úspěšné umístění jejich produktu na zahraničním trhu významně pomoci.

3.1 Komory

Komory jsou právnické osoby, zapsané v obchodním rejstříku. V České republice působí několik typů komor, které mají pomoc vývozcům ve svém programu.

3.1.1 Mezinárodní obchodní komora

Mezinárodní obchodní komora (International Chamber of Commerce, ICC) se sídlem v Paříži je celosvětovou obchodní organizací, která reprezentuje podniky různých sektorů téměř celého světa. Mezinárodní obchodní komora byla založena v roce 1919 a v současné době jsou jejími členy tisíce společností a asociací z více než 130 zemí světa.

V nejvýznamnějších světových centrech jsou ustanoveny národní výbory, které koordinují svou činnost a zabezpečují, aby byla věnována pozornost jejich zájmům a aby stanoviska Mezinárodní obchodní komory byla sdělena jejich vládám. V České republice působí od roku 1999 Český národní výbor Mezinárodní obchodní komory - ICC ČR, který zastupuje zájmy české podnikatelské sféry v Mezinárodní obchodní komoře.

Mezinárodní obchodní komora zastupuje podnikatelskou sféru ve vztahu k mezinárodním organizacím a vládním institucím. Jejím cílem je odstraňování překážek v mezinárodním obchodě. K realizaci tohoto cíle ICC formuluje stanoviska, vydává doporučení, vytváří modelové smlouvy a kodexy pro oblast mezinárodního obchodu a podnikání a podobně.

Členy ICC jsou podniky, asociace a jiné organizace, které jsou samy součástí mezinárodního obchodování, a tak má ICC nepochybně významnou autoritu k vytváření pravidel, podle kterých se provádí mezinárodní obchod. Přestože jsou tato pravidla dobrovolná (nemají povahu zákonů), jsou používána v každodenním styku a stala se tak neoddělitelným stavebním pilířem mezinárodního obchodu.

Mezinárodní obchodní komora má poradní status na nejvyšší úrovni u mnoha světových obchodních, mezinárodních i vládních organizací - především u OSN, EU, OECD, WTO a dalších. ICC také poskytuje velký rozsah zásadních služeb, mezi nimi i provádění rozhodčích řízení v rámci stálého rozhodčího soudu - ICC Mezinárodní rozhodčí soud. Tento soud je celosvětově nejvýznamnější rozhodčí institucí.

Členové ICC ČR se podílejí na činnosti mezinárodních odborných komisí formou přímé účasti na zasedáních nebo připomínkováním projednávaných dokumentů. Spolupracují na tvorbě stanovisek k problémům mezinárodního obchodu. Přijatá stanoviska jsou tlumočena

vládním institucím, odborným asociacím a výrobním a obchodním společnostem působícím v příslušném oboru.

K činnosti ICC ČR patří odborné vzdělávání – semináře a konference převážně věnované projednáváním tématům na mezinárodní úrovni v ICC. Tyto se zaměřují především na oblast financování zahraničního obchodu (dokumentární akreditivy, inkasa, směnky v zahraničním obchodě, bankovní záruky) a kupní smlouvy.

Další oblastí zaměření těchto seminářů je problematika Incoterms 2000 – pravidel ICC pro interpretaci nejpoužívanějších dodacích doložek v zahraničním obchodě a realizace Incoterms 2000 v mezinárodní kupní smlouvě, přepravě a pojištění, Incoterms 2000 se staly celosvětovou normou pro mezinárodní kupní smlouvy.

Stejně důležitá je pro vývozce znalost pravidel mezinárodní přepravy, postavení dopravce a zasílatele, dopravních a zasílatelských dokumentů. Tato pravidla přijatá ICC v roce 1992 představují jednotný právní režim pro dopravní operace a zohledňují jak práva vývozce tak i dopravce. Orientace v těchto pravidlech je rovněž předmětem vzdělávacích seminářů ICC ČR. V neposlední řadě se kurzy a konference ICC ČR týkají arbitrážních řízení. V roce 1958 byla přijata New Yorská úmluva o uznávání zahraničních rozhodčích rozhodnutí a stala se nejdůležitější mezinárodní úmluvou v oblasti mezinárodní arbitráže. Vzhledem k tomu, že se ročně eviduje velké množství žádostí o arbitrážní řízení, je možnost získání znalostí v této oblasti pro vývozce velmi žádaná.

3.1.2 Hospodářská komora ČR

Hospodářská komora České republiky je právnickou osobu zapsanou v obchodním rejstříku, kterou tvoří sdružení podnikatelů přijatých za její členy. Jedná se tedy o samostatný subjekt, který působí nezávisle na politických stranách, státních orgánech a orgánech územní samosprávy.

Posláním Hospodářské komory České republiky je podpora podnikatelských aktivit mimo zemědělství, potravinářství a lesnictví, prosazování a ochrana zájmů a zajišťování potřeb členů komory.

Při plnění tohoto poslání Hospodářská komora České republiky navazuje a rozvíjí styky s obdobnými institucemi v zahraničí a uzavírá s nimi dohody, je členem sdružení

evropských obchodních komor, Evropské asociace živnostníků a malých a středních podnikatelů. Hospodářská komora ČR dále na základě dohod spolupracuje s podnikatelskými svazy, zaměstnavatelskými svazy a sdruženími a vyvíjí některé konkrétní aktivity na základě dohod s příslušnými orgány státní správy nebo organizacemi v jejich působnosti.

Hospodářská komora České republiky vystavuje osvědčení o skutečnostech důležitých v právních vztazích, které vznikají v mezinárodním obchodě, šíří znalosti a informace o hospodářství, ekonomických podmínkách a právních předpisech, týkajících se podnikatelských aktivit, jakož i hospodářských styků se zahraničím. Poskytuje své členské základně i podnikatelské veřejnosti poradenské a konzultační služby v otázkách spojených s podnikatelskou činností, organizuje v rámci své působnosti vzdělávací činnost, spolupracuje s orgány státní správy a místních samospráv, zabezpečuje propagaci a šíření informací o podnikatelské činnosti svých členů, zřizuje v rámci své působnosti zařízení s institucemi na podporu rozvoje podnikání a vzdělanosti, profesního vzdělávání a forem rekvalifikace.

Hospodářská komora ČR je tvořena dvěma složkami – regionální a oborovou. Součástí regionální komorové sítě jsou okresní hospodářské komory, regionální hospodářské komory a krajské hospodářské komory. Oborovou část tvoří živnostenská společenstva. Členové Hospodářské komory ČR, jsou registrováni u místně příslušné hospodářské komory nebo podle oboru u živnostenského společenstva.

Regionální hospodářské komory, jejich oblastní pobočky a pracoviště, oblastní hospodářské komory a živnostenská společenstva, která jsou součástí komorové sítě vyvíjejí obdobné aktivity jako Hospodářská komora ČR. Konkrétně se jedná zejména o služby v oblastech:

- podpory obchodních aktivit, zejména aktivit ve vztahu k zahraničí,
- podpory adaptace podniků na jednotný trh EU,
- podpory malého a středního podnikání,
- poskytování celních a certifikačních služeb,
- poskytování poradenských a konzultačních služeb v otázkách spojených s podnikatelskou činností,
- vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů,
- informačního servisu.

V rámci podpory obchodních aktivit, včetně podpory exportu, Hospodářská komora ČR zejména:

- organizuje mezinárodní firemní kontaktní akce,
- organizuje doprovodné akce podnikatelských misí státních představitelů ČR při oficiálních návštěvách v zahraničí,
- organizuje návštěvnické mise podnikatelů u příležitosti oficiální účasti České republiky na zahraničních veletrzích a výstavách,
- organizuje mise zahraničních investorů a zprostředkovává jejich kontakty s českými podnikatelskými subjekty, zejména malými a středními podniky,
- poskytuje poradenství a služby pro efektivní firemní nákupy pomocí elektronických on-line nástrojů,
- zprostředkovává kontakty s partnerskými obchodními komorami a jinými podnikatelskými institucemi v zahraničí,
- zajišťuje komplexní služby zahraničním firmám při jejich prezentaci v České republice,
- organizuje oborově a teritoriálně zaměřené semináře, workshopy a podobné akce,
- vytváří a spravuje databázi poptávek a nabídek zahraničních firem, prezentuje aktuální poptávky a nabídky na svých internetových stránkách, zajišťuje jejich distribuci a jejich šíření prostřednictvím vybraného periodického tisku a regionální komorové sítě,
- organizuje a zprostředkovává napojení na BC-S⁷ („Business Contacts System“) - databázového systému řízeného a provozovaného Evropskou komisí,
- podporuje zavádění a rozvoj efektivních metod v technologii mezinárodního obchodu, zejména poskytuje konzultace pro usnadnění obchodních procedur ve vnitrostátním i mezinárodním obchodě, včetně poradenství v oblasti rozvoje elektronického obchodování,
- v rámci rozšíření obchodu na východní trh zprostředkovává informace o podmínkách obchodování, možnostech účasti českých podnikatelských subjektů v obchodních misích do těchto zemí.

V rámci podpory adaptace podniků na jednotný trh EU, Hospodářská komora České republiky zejména:

⁷ Podstatou tohoto systému je pomoci malým a středním firmám nalézt obchodního partnera v zahraničí. Systém umožňuje hledat partnery pro výrobní, obchodní, technologickou, ale i finanční spolupráci ve všech oborech činnosti, a to po celém světě.

- zprostředkovává informace o Evropské unii a o opatřeních připravovaných v příslušných orgánech Evropských společenství,
- organizuje vzdělávání představitelů českých podniků o podmínkách pro jejich působení na společném trhu EU,
- zprostředkovává přenos znalostí a zkušeností jiných členských zemí EU,
- organizuje a zajišťuje průzkumy názorů podnikatelské veřejnosti na různé aspekty integrace ČR do EU,
- podílí se na usměrňování činnosti zastoupení České podnikatelské reprezentace při EU (CEBRE) v Bruselu.

Významnou pomocí pro malé a střední podnikatele se stalo otevření Regionálních exportních míst (REM), což jsou kontaktní místa Hospodářské komory ČR. Ta nabízejí proexportní služby České agentury CzechTrade, Exportní garanční a pojišťovací společnosti (EGAP) a České exportní banky (ČEB). V průběhu roku 2006 byla postupně otevřena jednotlivá místa v 13 krajích České republiky s výjimkou Prahy. Jejich velkým přínosem pro podnikatele z regionů je možnost získání informací o těchto službách na jednom místě.

3.1.3 Zahraniční obchodní komory působící v ČR

V České republice působí několik desítek zahraničních obchodních komor.

Jejich cílem je zpravidla reprezentovat, podporovat, koordinovat a hájit hospodářské a profesionální zájmy svých členů, zajišťovat organizaci různých akcí v rámci obchodních vztahů (kulaté stoly, debatní obědy) a podporovat rozvoj obchodní spolupráce.

Snahou mezinárodních obchodních komor je poskytovat co nej kvalitnější a nejaktuálnější informace a navazovat nové partnerské vztahy. Tyto komory zpravidla spolupracují s místními hospodářskými komorami a jinými institucemi, jejichž cílem je podpora národního či regionálního hospodářského rozvoje. Nespornou výhodou tohoto typu komor je velmi dobrá znalost místního prostředí, jeho specifik a potřeb.

3.1.4 Agrární komora

Agrární komora České republiky (AK ČR) se sídlem v Olomouci je sdružení právnických a fyzických osob z odvětví zemědělství, lesnictví a potravinářství. Podnikatelské

subjekty jsou členy Agrární komory ČR prostřednictvím okresních agrárních komor a profesních společenstev.

Posláním komory je podpora podnikatelských aktivit v zemědělství, potravinářství a lesnictví, prosazování a ochrana zájmů a zajišťování potřeb svých členů. V oblasti zahraničních vztahů Agrární komora vyvíjí tyto činnosti:

- navazuje a rozvíjí styky s komorami a obdobnými institucemi v zahraničí a uzavírá s nimi dohody,
- účastní se mezinárodních veletrhů a výstav a prezentuje se na nich, navazuje kontakty zahraničních odběratelů s českými výrobci,
- pořádá podnikatelské mise,
- vydává informační materiály o AK ČR pro zahraniční partnery,
- spolupracuje s ministerstvem zemědělství a dalšími orgány státní správy na přípravě českého zemědělství na podmínky reformy společné zemědělské politiky Evropské unie,
- sleduje a vydává stanoviska k problematice ochrannářských tendencí, které jsou uplatňovány v zahraničí,
- monitoruje a vydává stanoviska k mezinárodním dohodám.

3.1.5 Potravinářská komora

Potravinářská komora ČR (PK ČR) je sdružením právnických osob, které reprezentuje na základě zákona č.110/97 o potravinách zájmy podnikatelů z oboru výroby potravin a zpracování zemědělské produkce vůči orgánům státní správy a orgánům a organizacím Evropské unie. Podnikatelské subjekty mohou být zastoupeny přímo nebo prostřednictvím profesních svazů. PK ČR zajišťuje pro veškeré subjekty z výše uvedené oblasti informace a služby týkající se zejména potravinové legislativy, obchodní a průmyslové politiky, životního prostředí a problematiky společného trhu.

K servisu poskytovanému PK ČR patří zejména:

- poskytování nejnovějších informací z Evropské unie,
- pomoc tuzemským výrobcům při řešení praktických problémů jako je značení potravin, bezpečnost potravin, hygiena, kódy správné výrobní a hygienické praxe,

- dílčí analýzy potravinářského průmyslu, definice investičních potřeb pro potravinářský průmysl, benchmarking s trhem EU.

V roce 2005 PK ČR podporovala prosazování potravinářských výrobců po vstupu České republiky do Evropské unie, zejména v oblasti organizace vytváření marketingových nástrojů a státních podpor. PK ČR udržuje kontakty s partnerskými potravinářskými federacemi v zemích Evropské unie i ve stávajících kandidátských zemích. Na základě uzavřených rámcových smluv je partnerem ministerstva zemědělství, zdravotnictví, životního prostředí a průmyslu a obchodu.

3.2 Nezávislé společnosti a svazy

V České republice působí několik desítek a možná i stovek nejrozličnějších svazů, sdružení, asociací, soukromých agentur a dalších subjektů, jejichž činnost je motivována snahou o co možná nejefektivnější využití informací o zahraničních trzích a také zvýšení konkurenceschopnosti českých vývozců, či budování prestiže českých výrobců na světových trzích.

3.2.1 Svaz průmyslu a dopravy ČR

Svaz průmyslu a dopravy České republiky (SP ČR) se sídlem v Praze je dobrovolná organizace sdružující zaměstnavatele a podnikatele v České republice z oblasti průmyslu a dopravy. Svaz průmyslu a dopravy České republiky je nestátní organizací nezávislou na vládě, politických stranách a odborech. Sdružuje 30 odvětvových a profesních svazů a asociací a 106 individuálních členů. Členskou základnu tak tvoří 1600 firem.

Hlavním posláním Svazu průmyslu a dopravy je reprezentovat a hájit zájmy podnikatelů a zaměstnavatelů v ČR, a usilovat o zlepšování kvality podnikatelského prostředí. V souladu s tímto posláním vede Svaz průmyslu a dopravy ČR dialog s vládními a zákonodárnými orgány zejména v oblastech hospodářské a sociální politiky. Cílem je zvyšování dynamiky ekonomického růstu a zlepšení podmínek pro využití potenciálu průmyslu v ČR. Mezi dílčí cíle patří kromě zpracování koncepce vývoje daňového systému směrem k jeho zjednodušení a stimulaci investičních a podnikatelských aktivit, podpory financování výzkumu a vývoje, zjednodušení legislativy ovlivňující podnikání a podpora exportu.

Svaz je členem Unie zaměstnavatelských a podnikatelských svazů Evropy - UNICE se sídlem v Bruselu, kde má stálého delegáta. UNICE patří mezi nejsilnější evropské lobbistické organizace zaměstnavatelů a díky členství SP ČR v této organizaci se připravuje posílení kanceláře Svazu tak, aby byly zájmy českých podnikatelů v průmyslu a dopravě více respektovány i v evropském měřítku.

Svaz průmyslu a dopravy ČR je členem také dvou mezinárodních organizací celosvětového významu, a to: Mezinárodní organizace zaměstnavatelů – (IOE) se sídlem v Ženevě a Poradního výboru pro průmysl a obchod při OECD – (BIAC) se sídlem v Paříži.

V oblasti podpory exportu Svaz průmyslu a dopravy ČR usiluje o dosažení srovnatelné úrovně podpory s vyspělými zeměmi. SP ČR je respektovaným partnerem ministerstva průmyslu a obchodu a ministerstva zahraničních věcí při přípravě koncepcí a strategií v oblasti vnějších ekonomických vztahů a exportu. Svaz průmyslu a dopravy ČR se podílel na přípravě některých opatření – např. zdokonalení exportního financování, podpoře větší úvěrové angažovanosti bank.

Pro firmy se zájmem proniknout na zahraniční trhy nabízí Svaz průmyslu a dopravy ČR tyto služby:

- Informační servis zahrnující vyhledávání obchodních příležitostí, poptávek zahraničních zájemců o výrobní kooperace, potenciálních strategických partnerů apod.,
- Informační servis o mezinárodních veletrzích, konferencích a obdobných akcích,
- Informační servis EU,
- Zastupování zájmů zaměstnavatelů a podnikatelů v mezinárodních organizacích,
- Konzultace a informace týkající se pronikání na třetí trhy, mezinárodní spolupráce, investičních projektů apod.,
- Poskytování služeb kanceláře SP ČR v Bruselu a Česká podnikatelská reprezentace - CEBRE při EU v Bruselu,
- Prezentace členů na zahraničních veletrzích a výstavách podle oborů, na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně a na samostatných akcích SP ČR v tuzemsku i v zahraničí,

- Individuální konzultace v oblasti hospodářské a environmentální politiky, pracovně právních vztahů, legislativy, vnějších vztahů, individuální vazby s partnerskými zaměstnavatelskými svazy EU a jejich členy,
- Nabídky a organizace účasti zástupců firem na podnikatelských misích.

3.2.2 Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky

Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky je nezávislé, dobrovolné a otevřené profesní sdružení právnických a fyzických osob, podnikajících v obchodě a v cestovním ruchu a v odvětvích a oborech navazujících, které se sdružily na ochranu svých hospodářských a sociálních zájmů v souladu s právními předpisy ČR. Svaz jako člen evropského svazu obchodu EuroCommerce a dalších evropských institucí prosazuje a hájí zájmy obchodu a cestovního ruchu v evropských strukturách. Sídlem Svazu je hlavní město Praha.

K jeho hlavním úkolům souvisejícím s problematikou obchodu a cestovního ruchu patří obhajování společných zájmů svých členů a jejich prosazování vůči orgánům státní správy, územním, odborovým a jiným orgánům a organizacím. Svaz se také podílí na tvorbě a zdokonalování právních předpisů, které zajišťují rovné podmínky podnikání pro všechny podnikatelské subjekty v ČR, na formování pravidel hospodářské, finanční, daňové a úvěrové politiky vůči obchodním subjektům.

Dále musí dbát na vytváření podmínek ochrany hospodářské soutěže a trhu, na dodržování obchodní etiky zejména mezi členy Svazu. Svaz se snaží prosazovat vytváření podmínek pro rozvoj zahraničně-obchodních vztahů a tvorbu proexportní politiky, přičemž musí spolupracovat s dalšími podnikatelskými a zaměstnavatelskými institucemi, s orgány Hospodářské komory ČR, navazovat kontakty s obdobnými institucemi v zahraničí, s mezinárodními institucemi a spolupracovat s nimi. Zároveň se Svaz zasazuje o zvýšení autority a prestiže obchodního povolání, napomáhá rozvoji obchodního odborného školství na všech úrovních.

Svaz ve spolupráci s dalšími podnikatelskými institucemi vytváří předpoklady pro svou regionální působnost v souladu s decentralizací státní správy a samosprávy. Stanoviska k zásadním politicko ekonomickým, sociálním a ekologickým otázkám a problémům a jejich odborným a legislativním řešením musí Svaz zaujímat v zájmu většiny členské základny a

zároveň zaujímat postavení sociálního partnera a vést na své úrovni kolektivní vyjednávání se zástupci zaměstnanců (odborovými svazy).

Svaz pro své členy v rámci vlastní činnosti:

- zajišťuje informační systém,
- soustřeďuje, analyzuje a zpracovává důležité poznatky a zkušenosti z práce podnikatelů v oblasti obchodu a cestovního ruchu doma i v zahraničí, popularizuje a rozšiřuje je tak, aby mohly být účelně využívány v praxi,
- poskytuje svým členům odborné, informační, analytické, ekonomické, konzultační a právní služby, včetně služeb v rámci odborného rekvalifikačního vzdělávání,
- prezentuje své členy na veletrzích, výstavách, konferencích a odborných seminářích v tuzemsku i v zahraničí, organizuje společné veletržní expozice Svazu a zúčastněných firem, podílí se na přípravě doprovodných programů,
- v zájmu svého poslání může Svaz vyvíjet hospodářskou činnost nebo se může podílet majetkovou účastí na jiné obchodní společnosti, jejíž předmět činnosti koresponduje se zájmy členů Svazu a v souladu s platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Svazu. Svaz je oprávněn poskytovat placené služby související s jeho hlavními úkoly svým členům i dalším subjektům.

3.2.3 Unie malých a středních podniků ČR

Unie malých a středních podniků ČR (SME UNION Czech Republic) se sídlem v Praze byla registrována jako občanské sdružení. Sdružení je dobrovolným, nevládním a neziskovým sdružením fyzických a právnických osob, které spojuje zájem o zlepšování podnikatelského prostředí, o zvyšování konkurenceschopnosti českých malých a středních podniků a o prosazování zájmů českých malých a středních podniků v České republice a Evropské unii.

Unie malých a středních podniků ČR se řídí a její činnost vychází z principů Evropské unie malých a středních podniků - SME UNION. Jeho nejdůležitější úlohou je reformovat právní rámec pro malé a střední podnikatele na území celé Evropské unie a podporovat a reprezentovat zájmy malých a středních podnikatelů, kteří svou zodpovědností, angažovaností a ochotou snášet rizika jsou motorem evropské ekonomiky a hlavním faktorem při řešení snižování nezaměstnanosti a zabezpečení trvalého hospodářského růstu.

Unie malých a středních podniků ČR zastupuje zájmy českých malých a středních podniků při Evropské unii, zejména při Evropském parlamentu. Cílem SME UNION Czech Republic je společně s českými podnikatelskými sdruženími vytvářet tlak na zlepšení podnikatelských podmínek u českých i evropských veřejných činitelů.

Prostřednictvím Unie malých a středních podniků ČR mohou podnikatelská sdružení společně komunikovat s evropskými orgány. V rámci své činnosti se SME UNION Czech Republic aktivně zasazuje o podporu svobodného podnikání, odstraňování byrokratických překážek bránících hospodářskému rozvoji a ochraně hospodářské soutěže v ČR a Evropské unii.

Hlavním cílem je reforma právního rámce pro malé a střední podnikatele v ČR a na území celé EU, zejména odstranění diskriminačních opatření ve volném pohybu osob a poskytování služeb, a dále uplatnění plné liberalizace vnitřního trhu Evropské unie při dodržování ochrany hospodářské soutěže. Mimo to SME UNION Czech Republic malým a středním podnikům poskytuje rady a pomoc, pokud se setkají s neoprávněnými zásahy ze strany jiných členských států či institucí Evropské unie.

Základní informace nejen SME UNION, ale všech agentur jsou poskytovány zdarma. Konzultace, zpracování studií na zakázku, právní a legislativní servis, vyhledávání partnerů, organizace schůzek, pomoc při jednáních s místními úřady – to vše už obvykle patří mezi placené služby.

3.2.4 Česká podnikatelská reprezentace při EU

Česká podnikatelská reprezentace při EU - CEBRE byla vytvořena Hospodářskou komorou ČR, Svazem průmyslu a dopravy ČR a Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR⁸, aby prezentovala a obhajovala české podnikatelské zájmy před a po vstupu ČR do Evropské unie přímo v Bruselu. K naplnění svého cíle CEBRE získalo podporu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, a to prostřednictvím agentury CzechTrade. V

⁸ Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR – KZPS ČR se sídlem v Praze je otevřené nezávislé zájmové sdružení. Členství v Konfederaci je dobrovolné. Členskými organizacemi Konfederace jsou zaměstnavatelské svazy a sdružení. Členy nemohou být právnické osoby již sdružené v některé z členských organizací Konfederace. Konfederace formuluje a koordinuje společné podnikatelské a zaměstnavatelské zájmy svých členů a prosazuje je v součinnosti s příslušnými státními orgány, ostatními zaměstnavatelskými organizacemi a odbory, zejména v různých formách konzultací s vládou.

Bruselu působí jako součást obchodně ekonomického úseku Velvyslanectví České republiky v Belgii.

CEBRE poskytuje podnikatelům specializované služby zaměřené na usnadnění vstupu na evropský trh a zvýšení jejich konkurenceschopnosti. To vyžaduje mimo jiné předvídání změn v konkurenčním prostředí, změny podnikatelské strategie, větší specializaci, inovace a zdokonalení zákaznického servisu. Kancelář CEBRE pro potřeby českých firem monitoruje činnosti Evropské unie podle oborů, dále nabízí podnikům:

- manažerské školicí stáže v Bruselu,
- řešení problémů firem spojených s členstvím ČR v Evropské unii,
- informace o podpůrných programech a grantech EU,
- obhajobu zájmů českých podnikatelů před orgány Evropské unie,
- informace o legislativní činnosti EU podle oborů,
- školení českých podnikatelů a manažerů přímo v sídelním městě EU v Bruselu,
- zastupování českých podnikatelských organizací u evropských podnikatelských federací.

3.3 Odborné vzdělávání exportérů

Neustále probíhající postupná liberalizace zahraničního obchodu vede ke zvýšení počtu subjektů uplatňujících se na zahraničních trzích. Vzhledem k dynamice světových trhů, existenci tarifních i netarifních překážek a změnám v mezinárodně používaných pravidlech si i zkušení vývozci a dovozci musí doplňovat své vědomosti.

Neblahé zkušenosti firem, jejichž export či import řídili pracovníci bez dostatečných odborných znalostí zahraničního obchodu ukazují, že škody způsobené takovýmto neodborným vedením mohou být nenapravitelné.

Proexportní vzdělávání se tak pro firmy i úředníky státní správy související s touto oblastí stalo nepřetržitou a pokračující činností – jako součást vzdělávání dospělých.

Zaměření institucí zabývajících se vzděláváním odborných pracovníků je možno rozdělit do tří základních oblastí vzdělávání:

- zdokonalování ve znalostech a dovednostech pro exportéry – manažery,

- výuka jazyků (zejména obchodní terminologie),
- osvojování manažerských dovedností (jednání s partnerem, komunikace atd.)

I oblast vzdělávacích forem prochází vývojem. Od klasických metod školní výuky se přechází na kombinovaný vzdělávací proces, tj. včetně nácviku znalostí a dovedností a samostatné aktivity ve vzdělávacím procesu. Budoucnost vzdělávání dospělých je zřejmě ve výukových procesech, které využívají moderních medií jako internet a distanční vzdělávání.

Z časového hlediska lze rozdělit odborné proexportní vzdělávání do tří částí. Základem doplnění kvalitních vědomostí v této oblasti je dlouhodobá výuka - kupříkladu certifikované, rekvalifikační kurzy. Další možností jsou speciální semináře k vybraným problémům souvisejícím s vývozními a dovozními operacemi, a v neposlední řadě vhodné využití odborné literatury i sebevzdělávání dospělých.

Specializovanou institucí, která se dlouhodobě zabývá proexportním vzděláváním je například Institut mezinárodního obchodu, dopravy a spedice – IMODS. Jedná se o obecně prospěšnou společnost se sídlem v Praze, která pořádá rekvalifikační kurzy pro manažery zahraničního obchodu s certifikací Ministerstva školství ČR.

3.4 Euro Info Centra na území ČR

Dalším možným místem pro získání informací o zahraničním obchodě jsou Euro Info Centra v ČR (EIC), která jsou součástí evropské sítě řízené a koordinované Generálním ředitelstvím pro podnikání Evropské komise. V současné době existuje na území České republiky 7 EIC, která spolupracují s téměř 300 partnerskými centry v členských státech EU, kandidátských zemích a dalších státech.

Prioritním cílem českých EIC je poskytovat podporu, informace a poradenství zejména malým a středním podnikům a také podporovat obchodní kontakty mezi českými podniky a podniky ze zemí EU. Mezi hlavní předměty činnosti EIC patří poskytování informací o fungování Unie, jednotného vnitřního trhu a společných institucí. Konkrétně poskytují EIC informace o nařízeních, směrnicích a další legislativě Evropských společenství, o administrativních i technických bariérách volného obchodu v rámci jednotného trhu EU a o procesu jejich odstraňování, o společné měně euro či o unijních a státních institucích apod.

Dále informují o programech, projektech a akcích na podporu podnikání v EU, vyhlášených tendrech v ČR i v zahraničí. Zprostředkovávají podnikatelské kontakty při navazování výrobní a obchodní spolupráce se zahraničními partnery, při vstupu českých firem na trhy Evropské unie a při zapojení českých firem do evropských programů a akcí na podporu podnikání.

EIC informují o vydaných publikacích o EU, které prezenčně půjčují nebo zasílají v elektronické podobě. Euro Info Centra pořádají semináře a vzdělávací akce pro podnikatele na aktuální témata související s podnikáním v rozšířené Evropské unii, zajišťují styky s institucemi a organizacemi poskytujícími informace o EU. Pravidelně a informují o změnách a příležitostech souvisejících s podnikáním v EU. Euro Info Centra také šíří informace o zajímavých podnikatelských kontaktech a novinkách majících vliv na podnikání na vnitřním trhu Evropské unie. Vydávají elektronické bulletiny, publikují na internetu i v tištěných médiích.

3.5 Dílčí závěr

V České republice působí řada samostatných nezávislých organizací a center, jejichž snahou je přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti českých vývozců. Tyto organizace působí na komerční bázi, členství v nich je dobrovolné, služby, které poskytují jsou zpravidla placené.

Všechny nevládní organizace na podporu exportu jsou informačně napojeny na orgány státní správy. Jde hlavně o ministerstvo průmyslu a obchodu, ministerstvo zahraničních věcí nebo o státem kontrolovanou Exportní a garanční pojišťovací společnost, Českou exportní banku a vládní proexportní agenturu CzechTrade. Nevládní organizace na podporu exportu s organizacemi státní podpory exportu aktivně komunikují a naopak tyto nevládní organizace působí jako zpětná vazba pro orgány státní podpory exportu, jsou cenným zdroje zkušeností a informací o tom, o jaké služby a formy podpory je třeba podporu exportu doplnit apod.

Informační služby českým exportérům napomáhající rozvoji zahraničně obchodních vztahů, poskytují i obchodní oddělení cizích zastupitelských úřadů v ČR, reprezentace cizích států a společností, filiálky a afilace cizích firem v ČR nebo českých firem v zahraničí.

4 Analýza exportní strategie ČR

Pro období let 2006–2010 byla zpracována Exportní strategie České republiky (dále jen Exportní strategie), která reaguje na změny, ke kterým došlo po vstupu ČR do Evropské unie, na nové potřeby klientů a nové trendy v poskytování služeb a na nutnost nově definovat teritoriální priority.

4.1 Historie vzniku a formování Exportní strategie

Vývoz zboží a služeb má pozitivní vliv na zvyšování konkurenceschopnosti domácích firem, na růst produktivity práce, snižování nezaměstnanosti, na realizaci inovačních procesů, všechny tyto faktory přispívají také ke zvyšování konkurenceschopnosti státní ekonomiky. Proto má každý stát zájem o udržení a posílení dobrých výsledků zahraničního obchodu.

Do roku 1999 neexistovala v transformačním procesu České republiky ucelená koncepce zaměřená na podporu exportu. Aplikace jednotlivých proexportních opatření v zásadě korespondovala s jednotlivými reformními stadii. Je tak možno říci, že proexportní politika, ačkoli se jako ucelená doktrína takto nenazývala, se vždy kontinuálně prováděla. A tak, jak se postupně měnilo ekonomické klima v České republice, jak se Česká republika přibližovala podmínkám vyspělých ekonomik, tak se také měnila struktura nástrojů na podporu exportu, a to především ve prospěch nástrojů tržně konformních. Určitým završením této etapy vývoje české proexportní politiky byl únor 1999, kdy vláda schválila první verzi koncepce proexportní politiky, která se tak stala nedílnou součástí státní hospodářské politiky.

Pozitivní význam tohoto aktu spočíval především v tom, že vláda tímto krokem poprvé přesvědčivě deklarovala svou vůli provádět státní podporu exportu a byl to také první vládní pokus o formulaci uceleného proexportního programu. Tento krok vlády byl bohužel motivován především negativním vývojem obchodní bilance⁹.

První koncepce proexportní politiky se proto zabývala především problematikou odstraňování tarifních i netarifních bariér vývozu a upravovala podmínky poskytování příspěvků podnikům na účast v tendrových řízeních a podmínky poskytování vládních úvěrů. Dále nabízela exportérům daňové a odpisové výhody apod.

⁹ Vývoj obchodní bilance je uveden v tabulce č. 1 a grafu č. 1.

Koncepce proexportní politiky přijatá v roce 1999 také kladla důraz na hlavní zahraničněpolitické priority - začlenění ČR do Evropské unie, členství ČR v Severoatlantické alianci, dobré a stabilní vztahy se sousedními státy a regionální spolupráci. Zvýšenou pozornost věnovalo MZV i vnějším ekonomickým vztahům. V plnění zahraničněpolitických úkolů, vyplývajících z vládního programu, bylo v letech 1998-1999 dosaženo řady pozitivních výsledků. Česká republika v rámci daných možností usilovala o aktivní zahraniční politiku. Využívala k tomu svého postavení v mezinárodních organizacích i dosažené úrovně bilaterálních vztahů s jednotlivými zeměmi, a napomáhala tak k vytváření mezinárodních podmínek pro vnitropolitickou stabilitu, bezpečnost a blahobyt občanů. ČR k tomu měla potřebné podmínky. V roce 1999 byla ČR členem 56 mezivládních organizací a udržovala diplomatické styky se 176 státy. V zahraničí udržovala 112 zastupitelských úřadů.

Pro období let 2003-2006 byla vládou přijata v pořadí druhá koncepce proexportní politiky, která ve své podstatě navazovala na koncepci přijatou v roce 1999, byl však kladen větší důraz na flexibilitu a otevřenost koncepce.

Koncepce proexportní politiky pro období let 2003–2006 také ve srovnání s předchozí koncepcí věnovala větší pozornost podporování vývozu s vyšší přidanou hodnotou a zvýšení podílu malých a středních podniků na celkovém vývozu ČR.

Pozornost si však zasluhují také exportní teritoriální priority, které jsou v koncepci pro období 2003-2006 stanoveny. Koncepce rozdělovala cílové teritorium českého exportu do čtyř skupin. Každé z těchto skupin byla přiřazena určitá priorita.

1. Skupina zahrnovala tyto země - Čína, USA, Ruská federace, Itálie, Francie – jednalo se o teritoria, s nimiž měla Česká republika výrazně negativní obchodní bilanci, prioritou tedy bylo snížit deficit obchodní bilance s těmito zeměmi.
2. Skupina zahrnovala tyto země - Indie, Brazílie, Egypt, Nigérie, Ukrajina – jednalo se o dynamicky se rozvíjející trhy, z tohoto důvodu byla tato teritoria označena jako vhodná pro realizaci významných obchodních případů.
3. Skupina zahrnovala – Vietnam a státy vzniklé po rozpadu SRJ – proudila sem rozvojová pomoc a české firmy se měly pokusit na tuto pomoc navázat.
4. Skupina zahrnovala tyto země - Polsko, Slovensko, Rakousko – jednalo se o teritoria sousedící s ČR, existoval zde tedy významný potenciál rozšíření příhraničního

obchodu. Nejvýznamnější cílovou zemí pro český export bylo Německo. Koncepce proto doporučovala věnovat větší pozornost také trhům uvedeným v této skupině.

4.2 Exportní strategie ČR pro období 2006-2010

Exportní strategie byla vládou schválena 7. prosince 2005 usnesením vlády č. 1569/2005. Toto vládní usnesení kromě toho, že schválilo Exportní strategii, také uložilo ministerstvu průmyslu a obchodu ve spolupráci s ministerstvy financí, zahraničních věcí, zemědělství, ministerstvem pro místní rozvoj a ministerstvem dopravy povinnost přijmout opatření k realizaci Strategie. Vládní usnesení 1669/2005 také uložilo ministroví průmyslu a obchodu povinnost předložit vládě v roce 2007 průběžnou informaci o plnění Strategie.

Exportní strategie České republiky pro období 2006-2010 je součástí celkové hospodářské politiky ČR a navazuje na zásady Strategie hospodářského růstu¹⁰, projednané vládou ČR dne 20. 7. 2005. Exportní strategie ČR je také v souladu se Strategií udržitelného rozvoje ČR (schválenou usnesením vlády č. 1242 dne 8.12.2004), s Koncepcí jednotné prezentace ČR (schválenou usnesením vlády č. 74 ze dne 19.1.2005), s Koncepcí zahraniční rozvojové politiky ČR na léta 2002-2007 (schválenou usnesením vlády č. 91 ze dne 23.1.2002), jakož i s Koncepcí zahraniční politiky ČR (schválenou usnesením vlády č. 223 ze dne 3.3.2003).

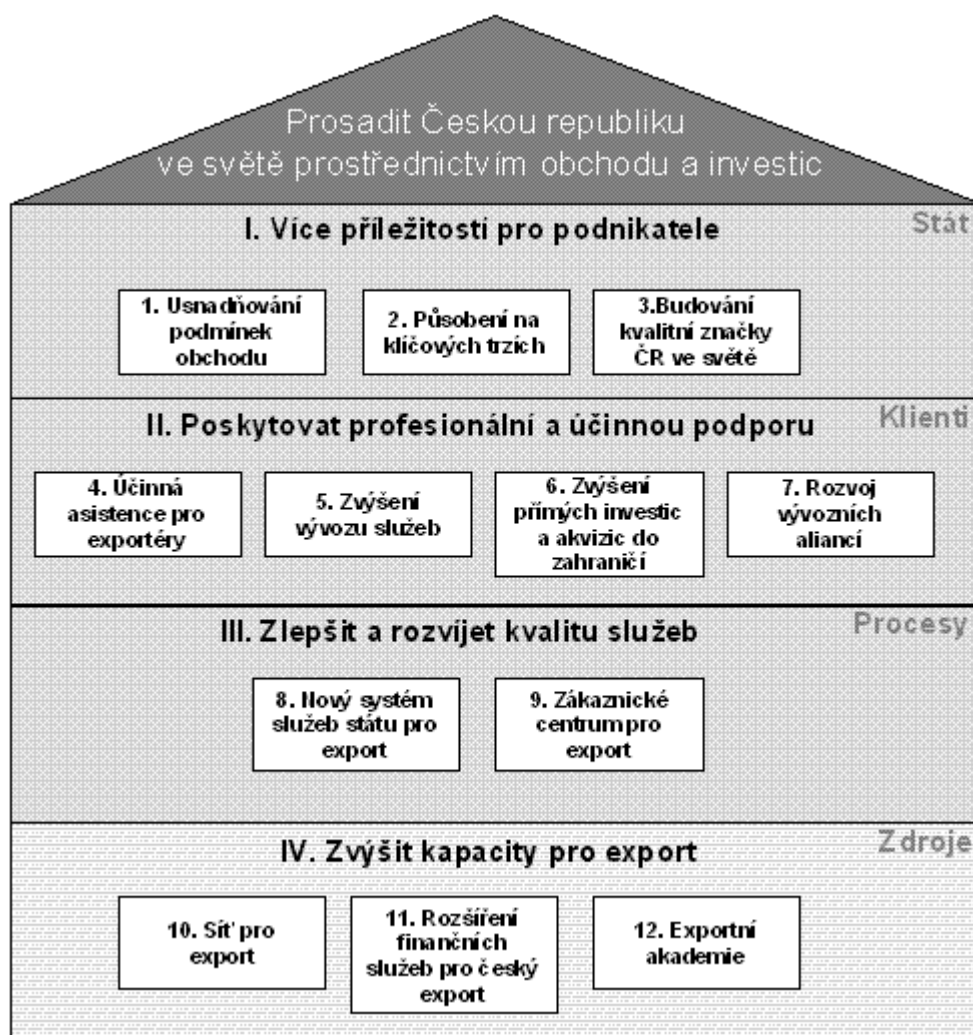
Exportní strategie sice navazuje na Koncepci proexportní politiky na léta 2003–2006, ale zároveň se od této koncepce liší. Již z názvu obou dokumentů je patrný určitý kvalitativní posun. Slovo koncepce bylo nahrazeno slovem strategie a skutečně je podpora exportu zpracována jako střednědobá strategie obsahující vizi, která vymezuje budoucí stav, jenž má být dosažen v časovém horizontu 2006-2010. Vize je dále rozpracována do čtyř hlavních cílů, jichž má být dosaženo prostřednictvím dvanácti projektů. U každého projektu je pak ve strategii stanoveno, jakého cílového stavu má být dosaženo, kdo je odpovědný za projekt, kdo bude projekt realizovat. Všechny projekty jsou termínované a měřitelné, u každého projektu jsou stanoveny metody měření jeho úspěšnosti. A konečně je jasně definováno jaký účel projekt splňuje.

¹⁰ Strategie hospodářského růstu České republiky je základním dokumentem pro českou ekonomiku. Tato strategie, vychází z doporučení OECD a navazuje na Lisabonskou strategii Evropské unie, zejména pak na její střednědobé vyhodnocení. Strategie hospodářského růstu České republiky rovněž vymezuje pozici ČR v globální ekonomice.

V Exportní strategii jsou vztahy mezi vizí, cíli a projekty zobrazovány jako stavba, která je zobrazena na obrázku č. 1.

Základy stavby tvoří zdroje, na tyto zdroje navazují procesy, další podlaží je tvořeno klienty a poslední podlaží představují aktivity vyvíjené státem neboli vytváření příznivého prostředí. Pro každou z těchto úrovní je charakteristický určitý cíl. Každý z těchto cílů je pak realizován prostřednictvím projektu. Názvy projektu jsou uvedeny v jednotlivých oknech této pomyslné stavby. A konečně celé dílo je symbolicky zastřešeno vizí, kterou je prosazování České republiky ve světě prostřednictvím obchodu a investic.

Obrázek 1 - Cíle a projekty exportní strategie



Zdroj: MPO ČR, 2006.

Na rozdíl od předchozích koncepcí je Exportní strategie výrazně strukturovaná a je projektově řízená. Cíle politiky byly formulovány na základě tzv. SWOT analýzy neboli SWOT matice. V této matici jsou uvedeny silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby pro českých export. Cíle a programy Exportní strategie jsou tvořeny metodou Balanced ScoreCard¹¹.

Exportní strategie vychází především z modelů zvyšování konkurenceschopnosti v zemích Evropské unie. Úspěšné modely tam profitují především z přímé asistence firmám přímo v zahraničí, z cílené propagace země a oborů a z aktivní práce lidí vysílaných státem ve prospěch podniků. Je proto zřejmé, že bude nutné věnovat více času firmám, které potřebují služby státu při vstupu na mezinárodní trhy. S tím souvisí i požadavek efektivního nakládání s časem a měření výsledků. Exportní strategie respektuje mezinárodní pravidla a závazky ČR nejen z pozice členské země EU, ale i jako člena WTO, OECD a dalších organizací.

Exportní výkonnost ekonomiky je závislá na řadě faktorů, především kvalitě podnikatelského prostředí, výkonnosti firem, vnějším prostředí. Exportní strategie se věnuje pouze činnostem a postupům, které mají přímý a výhradní vztah k exportním procesům a nepopisuje tedy širší makroekonomické vazby hospodářské politiky. Exportní strategie se nevěnuje speciálně jednotlivým komoditním skupinám zboží a služeb. Specifické nástroje k rozvoji exportu jednotlivých komoditních skupin by měly být předmětem resortních politik a vycházet z rámce stanoveného touto strategií. Exportní strategie České republiky do roku 2010 vychází z analýzy systémů podpory vývozu v zemích Evropské unie, USA, požadavků samotných podniků, které byly zjišťovány v několika cílených průzkumech, z analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb české ekonomiky se zvláštním zřetelem k vnějším vztahům.

¹¹ Jedná se o metodu, která vytváří vazbu mezi strategickými záměry a operativními činnostmi s důrazem na měření výkonu, tak aby se strategie implementovala ve všech oblastech a bylo možné měřit dosažení strategických cílů. Kromě finančních ukazatelů se ukázalo být nezbytné sledovat a vzájemně vyvážit také ukazatele zaměřené na klienty, procesy a instituce či prostředí. Systém vyvážených ukazatelů výkonnosti pak měří výkonnost pomocí čtyř perspektiv – finančních, klientských, interních procesů a učení se a růstu. Metoda Balanced ScoreCard byla vyvinuta v soukromém sektoru a bylo pomocí ní dosahováno výrazných úspěchů. Z tohoto důvodu byla přizpůsobena také pro řízení státních strategií v řadě zemí.

Exportní strategie navrhuje systém nástrojů, které budou účinné, komfortní pro podnikatele, slučitelné s pravidly tržní ekonomiky, flexibilní a efektivní z pohledu využití zdrojů státu.

Financování realizace Exportní strategie České republiky pro období 2006–2010 bude zajištěno standardním způsobem v rámci prostředků přidělených MPO a ostatním resortům v jednotlivých letech ze státního rozpočtu.

Na rozdíl od předchozích dokumentů zaměřených na oblast zahraničního obchodu není Exportní strategie zaměřena pouze na export zboží, ale na celé spektrum obchodních vztahů. Zahrnuje i investice českých firem do zahraničí a vývoz služeb. Výjimečná je rovněž ve své struktuře (projektové řízení) a v přístupu ke koncovým uživatelům této nabídky, tedy exportérům. Důraz je kladen na transparentní systém kontroly a vyhodnocování i řízení kvality, které jsou dnes v komerční sféře již standardem, v rámci státní správy jsou však stále spíše výjimkou. Nástroje a projekty exportní strategie jsou zaměřeny na pozitivní ovlivnění celkové pozice české ekonomiky vůči zahraničí.

4.3 Služby v oblasti podpory exportu

V oblasti státní podpory exportu Exportní strategie integruje služby pěti subjektů: Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, Obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů ČR v zahraničí (jedná se o sdílené kompetence MPO s Ministerstvem zahraničních věcí), České agentury na podporu obchodu - CzechTrade, Exportní a garanční pojišťovny a České exportní banky.

Jako cenný informační zdroj pro podnikatele Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR každoročně vypracovává brožuru Export v kostce. Tento materiál informuje o tom, jaké instituce poskytují potřebné služby – a za kolik. Je rozdělena na informační a vzdělávací služby a služby poradenské a asistenční zahrnující také služby finanční a prezentační. Dále jsou v této publikaci uvedeny kontakty na zastupitelské úřady ČR a kanceláře CzechTrade v zahraničí. Brožura je koncipována jednoduchou tabulkovou formou, což ji činí maximálně přehlednou. Podnikatel, který řeší určitý problém tak snadno zjistí, na kterou instituci se má obrátit nebo jaké služby může využít a zda se jedná o služby poskytované zdarma či za úplatu a podobně.

Záměrem Exportní strategie pro období 2006-2010 je, aby se podnikatelé sami aktivněji podíleli na tvorbě obchodní politiky a poskytovali tak státu zpětnou vazbu. Z tohoto důvodu je také kladen důraz zejména na vyšší informovanost podnikatelů o tom, jakých služeb mohou využít a jsou vytvářeny podmínky pro kvalitní vzdělání v oblasti zahraničního obchodu. V této souvislosti byla v květnu 2006 zahájena činnost bezplatné telefonní linky - zelené linky pro export. Na této lince se podnikatelé dozví o základních službách státu, dostanou kontaktní údaje zodpovědných pracovníků jednotlivých agentur a institucí, odkazy a další informační zdroje, přičemž linka zároveň funguje i jako zpětná vazba. Jsou zde přijímány podněty pro rozšiřování exportních služeb státu a tyto podněty jsou pak vyhodnocovány a dále zpracovávány příslušnými institucemi.

Dalším zdrojem aktuálních informací týkajících se exportu je internetový portál Businessinfo (dále jen Portál). Tento Portál vznikl v roce 2001. Byl vytvořen jako hlavní veřejnoprávní internetový portál zaměřený na podporu podnikání a exportu, jeho provozovatelem je agentura CzechTrade.

Portál poskytuje údaje informativního charakteru pro lepší orientaci tuzemských podnikatelů především s orientací na malé a střední podnikatele. Jedná se o integrovaný systém a propracovaný způsob prezentace informací a služeb, který je pro podnikatele a exportéry jednoduchým a rychlým způsobem dosažitelný.

4.4 Vyhodnocení Exportní strategie

Dalším mechanismem k úspěšnému naplnění Exportní strategie je průběžné vyhodnocování realizace projektů. Jak již bylo řečeno, vláda ve svém usnesení, kterým Exportní strategii schválila stanovila Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR povinnost předložit vládě v roce 2007 průběžnou informaci o plnění Exportní strategie v letech 2006-2007.

Toto průběžné vyhodnocení bylo zpracováno a 29.1.2008 publikováno pod názvem Exportní strategie České republiky pro období 2006-2010: Zpráva o průběžném plnění za období 2006-2007. (dále jen jako Exekutivní shrnutí). Exekutivní shrnutí je vlastně zrcadlovým dokumentem k Exportní strategii. Ve své úvodní části vyhodnocuje výsledky, jichž bylo v oblasti podpory exportu dosaženo. Poté následuje vyhodnocení plnění všech dvanácti projektů. Hodnocení projektů je provedeno ve strukturované formě, která obsahuje

popis každého projektu a informace o jeho realizaci a dalším plánovaném rozvoji. V Exekutivním shrnutí je konstatováno, že jsou cíle Exportní strategie v zásadě plněny, a že Exportní strategie očekávání, pro která byla přijata, naplňuje.

4.5 Kvantifikace českého exportu v letech 2005 a 2007

Z tabulky č. 1 vidíme, že s výjimkou roku 2002 se hodnota českého exportu od roku 1993 trvale zvyšuje.

Hodnota exportu je však pouze jedním z makroekonomických ukazatelů, jímž lze hodnotit ekonomickou výkonnost země. V čase se mění také celá řada dalších ekonomických ukazatelů, například hodnoty dovozu, hodnoty obchodní bilance, počet obyvatel, velikost HDP, inflace, míra nezaměstnanosti, úroveň koupěschopné poptávky a devizové kurzy atd.

Samotná hodnota exportu v daném období tedy nemá největší vypovídací schopnost, ale je účelné tuto hodnotu porovnávat také s dalšími ukazateli.

4.5.1 Teritoriální struktura

Zahraničně obchodní vztahy České republiky jsou charakterizovány vysokou mírou koncentrace rozhodujícího objemu vývozu i dovozu do malého počtu zemí, resp. teritoriálních oblastí. Hovoříme o vysoké teritoriální koncentraci českého zahraničního obchodu.

Jejím prvním a základním charakteristickým prvkem je více než 90 % podíl států s vyspělou tržní ekonomikou na celkovém českém vývozu. V rámci této skupiny zemí zaujímají zcela jedinečnou a dominantní pozici státy Evropské unie jako celek. Státy Evropské unie představují pro české vývozce rozhodující trh, který v roce 2005 absorboval 84,1 % celkového českého vývozu a v roce 2007 byl podíl intrakomunitárního exportu 85,1 %. Na tomto místě je však třeba připomenout, že zatímco v roce 2005 měla Evropská unie 25 členských států, v roce 2007 již bylo do statistik zahrnuto států 27.

Tab. 4 Teritoriální struktura českého exportu v letech 2005 a 2007 (v mil. Kč, běžné ceny)

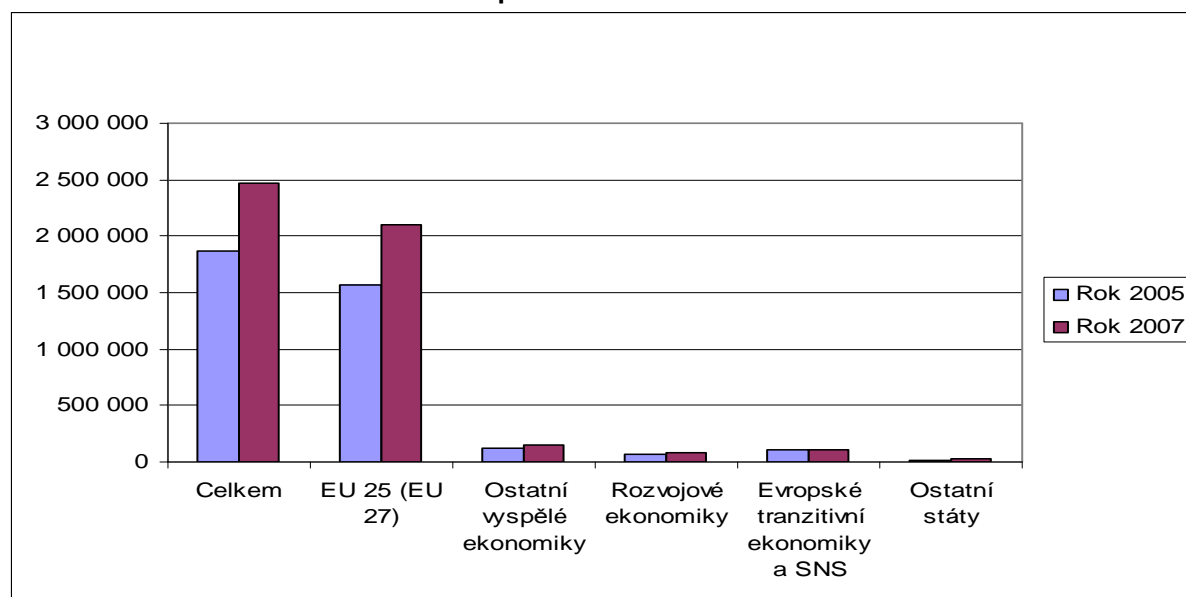
	Rok 2005		Rok 2007		Procentní nárůst v roce 2007 proti roku 2005
	Vývoz	Podíl na celkovém vývozu v %	Vývoz	Podíl na celkovém vývozu v %	
Celkem	1 868 586	100,0	2 466 096	100,0	32,0
Vyspělé tržní ekonomiky	1 687 389	90,3	2 244 806	91,0	33,0
z toho: EU25 (EU27 v roce 2007)	1 570 719	84,1	2 099 215	85,1	33,6
Ostatní vyspělé tržní ekonomiky	116 670	6,2	145 591	5,9	24,8
Rozvojové ekonomiky	66 779	3,6	85 549	3,5	28,1
Evropské tranzitivní ekonomiky a SNS	104 899	5,6	113 279	4,6	8,0
Ostatní státy ¹⁾	9 519	0,5	22 462	0,9	136,0

¹⁾ Čína, KLDR, Kuba, Laos, Mongolsko, Vietnam a nespecifikované vývozy.

Zdroj: ČSÚ, 2007.

Celkový export vzrostl téměř o jednu třetinu. Ale zatímco nárůst exportu do vyspělých tržních ekonomik je přibližně proporcionální k celkovému nárůstu, nárůst vývozu do evropských tranzitivních ekonomik a států Společenství nezávislých států činil pouze 8 %. Naopak až překvapivě dobrých výsledků bylo dosaženo u vývozů do zemí skupiny „ostatní“. Toto označení používá Statistický úřad ČR pro tyto země: Čínu, KLDR, Kubu, Laos, Mongolsko, Vietnam, a jsou zde zahrnuty také nespecifikované vývozy. Vývoz do těchto zemí se v uplynulých dvou letech více než zdvojnásobil. Toto je velmi dobrý výsledek, na němž má svůj podíl bezpochyby také úspěšná realizace Exportní strategie.

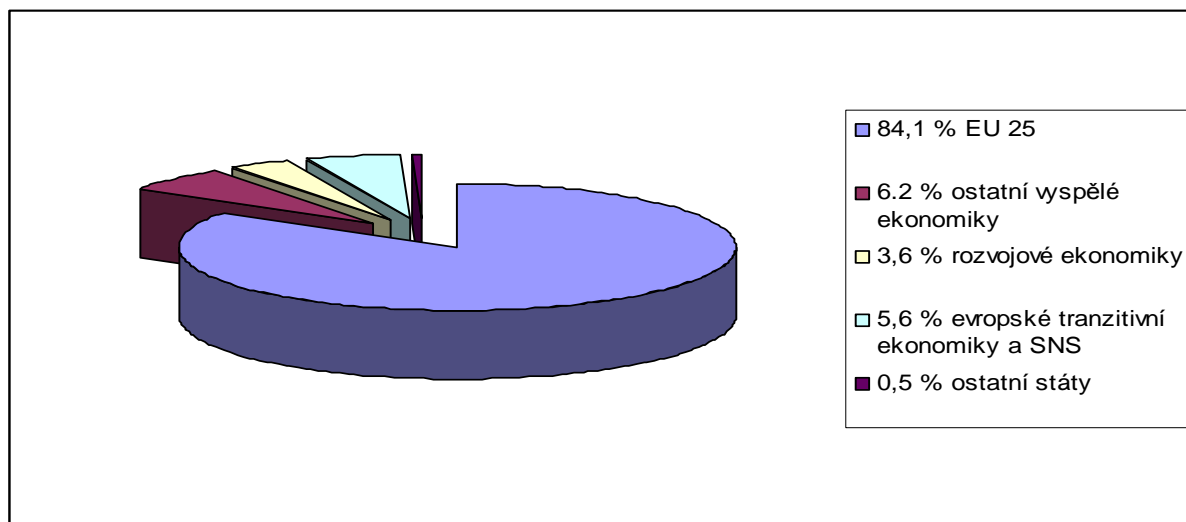
Graf 2 Teritoriální struktura českého exportu v letech 2005 a 2007



Zdroj: ČSÚ, 2007.

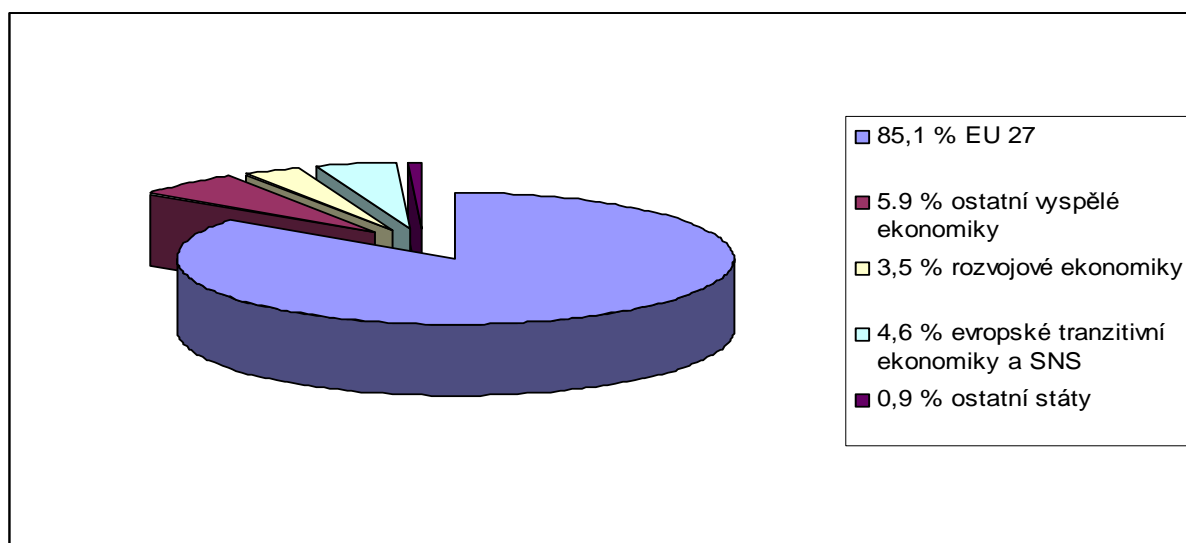
Na grafu č. 3 a 4 názorně vidíme, že ačkoli export ČR od roku 2005 do roku 2007 vzrostl o 32 %, teritoriální struktura českého exportu se prakticky nezměnila. Současné dominantní postavení Evropské unie znamená závislost českého exportu na ekonomickém vývoji v této oblasti.

Graf 3 Teritoriální struktura českého exportu v roce 2005



Zdroj: ČSÚ, 2005.

Graf 4 Teritoriální struktura českého exportu v roce 2007



Zdroj: ČSÚ, 2007.

Exportní strategie proto zdůrazňuje, že je třeba se zaměřit na nové rostoucí trhy. V opačném případě si v budoucnu tyto trhy „rozdělí agresivnější“ zahraniční firmy a proniknout na ně pak bude možné jen za cenu vysokých nákladů.

Seznam prioritních teritorií je nyní pravidelně ročně aktualizován podle hodnocení zájmu českých firem a rozsahu příležitostí. Systém výběru teritoriálních priorit je v gesci MPO.

Teritoriální strategie rovněž vycházejí z oborových příležitostí. Získávání a zpracování těchto informací zajišťují zastupitelské úřady a CzechTrade. Výstupem pro podnikatele je aktuální mapa obchodních příležitostí.

V první fázi jsou jako prioritní vybrána tato teritoria a skupiny zemí: Rusko, Čína, Indie, Ukrajina, Vietnam, Spojené státy americké, Kanada, Argentina, Brazílie, Chile, Mexiko, Egypt, Saúdská Arábie, Spojené Arabské Emiráty, Bulharsko, Rumunsko¹², Turecko, Srbsko a Černá Hora, Chorvatsko.

Pro prioritní země, tedy ty, jejichž trhy nyní rostou a dochází na nich k rozdělování sfér vlivu, jsou zpracovány teritoriální strategie, které obsahují jednotný koordinovaný plán aktivit státu a cílů pro tato teritoria.

Pro Evropskou unii jako celek už má MPO vypracovanu speciální strategii. Členské státy unie jsou zeměmi zvláštního významu s ohledem na jejich dominantní pozici v českém exportu.

Pro ostatní země jsou zpracovány akční plány, které shrnují aktivity a cíle pro každé jednotlivé teritorium.

4.5.2 Podíl exportu na HDP

Česká republika se řadí k zemím s vysokým podílem vývozu, ale také dovozu zboží na HDP, což je typické pro menší země, mezi něž patříme.

¹² Exportní strategie byla formulována a schválena v roce 2005, v té době Bulharsko a Rumunsko nebyly členy EU.

Dlouhodobě se podíl vývozu na HDP zvyšuje. V roce 2006 dosáhl 66,4 % HDP s meziročním navýšením této hodnoty o 6,1 procentního bodu. Podle zatím předběžných údajů pro rok 2007 se podíl exportu na HDP opět zvýšil, a to na 69 %. Meziroční navýšení tak činí 4,7 procentního bodu této hodnoty.

Tab. 5 Podíl českého exportu na HDP (v %)

Rok	Export v mil. Kč b.c.	HDP v mld Kč b.c.	Podíl exportu na HDP v %	Index ¹⁾
1995	566 171	1 466,5	38,6	
1996	601 680	1 683,3	35,7	92,58
1997	709 261	1 811,1	39,2	109,56
1998	834 227	1 996,5	41,8	106,70
1999	908 756	2 080,8	43,7	104,52
2000	1 121 099	2 189,2	51,2	117,26
2001	1 268 149	2 352,2	53,9	105,28
2002	1 254 860	2 464,4	50,9	94,45
2003	1 370 930	2 577,1	53,2	104,47
2004	1 722 657	2 814,8	61,2	115,04
2005	1 868 586	2 987,7	62,5	102,19
2006	2 144 572	3 231,6	66,4	106,11
2007²⁾	2 472 350	3 558,0	69,0	104,72

¹⁾ Stejně období předchozího roku = 100. Index vyjadřuje změnu hodnoty podílu exportu na HDP proti hodnotě předchozího roku.

²⁾ Použity předběžné hodnoty

Zdroj: ČSÚ, 2007.

Výsledky zahraničního obchodu výrazně přispívají k celkovému ekonomickému růstu. Výsledky ekonomického vývoje a zejména zahraničního obchodu v letech 2006-2007 potvrzují platnost teze, že česká ekonomika, kterou můžeme charakterizovat jako průmyslově vyspělou, malou a otevřenou ekonomiku, získává v posledních letech novou charakteristiku. Je to ekonomika exportně orientovaná, exportně výkonná, resp. ekonomika, jejíž růst je tažen, v kombinaci i s jinými faktory, především exportem.

4.5.3 Vazba mezi obchodní bilancí a exportem

Saldo obchodní bilance je v podmínkách české ekonomiky velmi sledovaným a velmi významným ukazatelem. Vypovídá o vztahu vývozu a dovozu, o vztahu jejich hodnot, jejich temp růstu. Kromě toho, že saldo obchodní bilance poskytuje informace, zda exportní výkon je dostatečný ke krytí dovozní náročnosti ekonomiky v daném období, ukazatel salda obchodní bilance výrazně ovlivňuje hodnoty běžného účtu platební bilance.

Dosáhne-li případný deficit obchodní bilance mezinárodně všeobecně respektované limitní hodnoty 7 až 8 % HDP, resp. překročí-li ji, pak je touto skutečností vyslán varovný signál i do zahraničí, že ekonomika vstoupila do období potenciálně vážných problémů. To byl případ české ekonomiky v letech 1996-1997, jak lze nepřímo odvodit z údajů tabulky 1.

Tato skutečnost pak přispěla k tomu, že Česká republika se začala zabývat tvorbou proexportních koncepcí a později strategií. Z tabulky vyplývá, že tyto negativní hodnoty z let 1996 a 1997 se díky účinné politice státu daří snižovat. V roce 2005 se obchodní bilance poprvé dostává do kladných čísel. Toto je způsobeno rychlejší dynamikou růstu vývozu proti dynamice růstu dovozu.

Dvouletá doba trvání současné Exportní strategie je prozatím příliš krátká na komplexní hodnocení. Z tabulky 6 je ovšem zřejmé, že trend zvyšování podílu obchodní bilance na HDP je zachován, a je dosahováno velmi dobrých výsledků.

Tab. 6 Podíl obchodní bilance ČR na HDP (v %)

Rok	Obchodní bilance v mil. Kč b.c.	HDP v mld. Kč b.c.	Podíl obchodní bilance na HDP
1995	-99 569	1 466,5	-6,8
1996	-152 990	1 683,3	-9,1
1997	-150 450	1 811,1	-8,3
1998	-80 239	1 996,5	-4,0
1999	-64 413	2 080,8	-3,1
2000	-120 825	2 189,2	-5,5
2001	-117 415	2 352,2	-5,0
2002	-70 811	2 464,4	-2,9
2003	-69 793	2 577,1	-2,7
2004	-26 438	2 814,8	-0,9
2005	38 624	2 987,7	1,3
2006	39 759	3 231,6	1,2
2007	84 953	3 558,0	2,4

Zdroj: ČSÚ, 2007.

4.5.4 Celkový export na obyvatele

Vzestupný dlouhodobý trend vykazuje rovněž hodnota ukazatele českého vývozu v přepočtu na jednoho obyvatele. Tento ukazatel v roce 2007 dosáhl (podle zatím předběžných údajů) výše 238,9 tis.Kč na jednoho obyvatele, zatímco v roce 1993 byla jeho hodnota pouze 40,8 tis. Kč na osobu. Je to vysoká dynamika, zaznamenaná i v rámci Evropské unie. Překvapivá a vynikající byla v této souvislosti např. informace, vycházející z údajů EUROSTATU, potvrzující, že tempo růstu hodnoty českého vývozu v přepočtu na jednoho obyvatele dosáhlo již v roce 2004 v rámci Evropské unie nejvyšších hodnot. Česká republika se podle tohoto ukazatele stala v roce 2004 nejdynamičtější vývozcem mezi zeměmi EU. Také v následujících letech se ČR nadále řadí mezi země EU s velmi dynamicky se rozvíjejícími zahraničně obchodními vztahy.

Tab. 7 Hodnota exportu na obyvatele (Kč)

Rok	Export v mil. Kč b.c.	Počet obyvatel	Podíl exportu na obyvatele v Kč	Index ¹⁾
1993	421 601	10 330 607	40 810,9	
1994	458 842	10 336 162	44 391,9	108,8
1995	566 171	10 330 759	54 804,4	123,5
1996	601 680	10 315 353	58 328,6	106,4
1997	709 261	10 303 642	68 836,0	118,0
1998	834 227	10 294 943	81 032,7	117,7
1999	908 756	10 282 784	88 376,5	109,1
2000	1 121 099	10 272 503	109 135,9	123,5
2001	1 268 149	10 224 192	124 034,2	113,7
2002	1 254 860	10 200 774	123 016,2	99,2
2003	1 370 930	10 201 651	134 383,2	109,2
2004	1 722 657	10 206 923	168 773,4	125,6
2005	1 868 586	10 234 092	182 584,4	108,2
2006	2 144 572	10 287 189	208 470,2	114,2
2007²⁾	2 472 350	10 349 372	238 888,9	114,6

¹⁾ Stejně období předchozího roku = 100

²⁾ Použity předběžné hodnoty

Zdroj: ČSÚ, 2007.

4.6 Dílčí závěr

Hlavní ambicí nové proexportní politiky je prosadit Českou republiku ve světě jako zdatného obchodního partnera a potenciálního investora. Exportní strategie reaguje na změnu v postavení ČR v mezinárodních ekonomických vztazích poté, co se ČR stala členem EU, a

proto je její snahou pomoci vývozcům s aktivní a především konkurenceschopnou obchodní politikou. A to novými prvky, jako je větší aktivita zástupců státu v zahraničí při vyhledávání nových obchodních příležitostí, nový systém veletrhů a výstav, sjednocení služeb všech institucí, které se zabývají podporou exportu nebo podpora vývozních aliancí.

Usnesení vlády, jímž se Exportní strategie schvaluje, stanovilo pro MPO povinnost předložit v roce 2007 průběžnou informaci o jejím plnění. Toto Exekutivní shrnutí bylo předloženo 29.1.2008. V Exekutivním shrnutí se uvádí, že cíle Exportní strategie jsou v zásadě plněny a strategie tak naplňuje očekávání, pro která byla přijata.

Jedním z cílů Exportní strategie je prosazovat zájmy České republiky na rostoucích trzích mimo Evropskou unii, nabídnout špičkové služby státu pro exportéry a podporovat vývoz investic a služeb do zahraničí. Tomu má posloužit týmová spolupráce a jednotné řízení státních složek v zahraničí.

Tým pro podporu obchodně-ekonomických zájmů Česka v zahraničí tvoří velvyslanci, pracovníci obchodně-ekonomických úseků zastupitelských úřadů, zástupci agentur CzechTrade a CzechInvest, částečně také Česká centra.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR respektuje integritu zastupitelských úřadů i roli tituláře jako klíčového manažera činností zastupitelského úřadu.

Hlavním mottem nové Exportní strategie vypracované MPO je více zapojit podnikatelskou sféru do globálního obchodování a ukázat možnosti dosud neobjevených trhů. A to nejen rozvojem obchodní výměny, ale i větší investiční aktivitou navenek, tedy vývozem kapitálu.

Zahraniční obchod v České republice je v současnosti hlavním tahounem ekonomického růstu. Podle objemu vývozu zboží na obyvatele se Česká republika v roce 2004 stala, podle Eurostatu, nejdynamičtější vývozcem mezi zeměmi Evropské unie. Příznivý je také vývoj obchodní bilance. Ta v roce 2007 dosáhla aktiva 84,9 mld. Kč, které bylo o 45,2 mld. Kč vyšší než v roce 2006, což znamená více než dvojnásobný přebytek v roce 2007 ve srovnání s předchozím rokem.

Snahou nové proexportní strategie je tento vývoj podpořit a růst zahraničního obchodu zkvalitnit. Ten nyní je svým charakterem spíše extenzivní a využívá především

komparativní výhody, jako jsou nízké ceny vstupů. Tyto faktory se ale časem vyčerpají. Je proto třeba vsadit na nové prvky, jako je podpora marketingu, budování dobrého jména českého zboží a služeb v zahraničí a podpora exportu výrobků s vyšší přidanou hodnotou. I k tomu by českým vývozcům měly pomoci nové služby státu.

Závěr

Vývoz zboží a služeb je jedním z ukazatelů konkurenceschopnosti státu, export také stimuluje ekonomický růst země. Ekonomika ČR je malá a otevřená, a proto je i její celkový výkon na úspěšnosti exportu vysoce závislý. Od roku 2005 export v České republice převyšuje dovoz, obchodní bilance je kladná. Ovšem komoditní a teritoriální struktura českého exportu je značně polarizovaná. V roce 2007 směřovalo 91 % českého vývozu do zemí s vyspělou tržní ekonomikou a z toho více než 85 % bylo realizováno v rámci Evropské unie. Česká republika je vývozce převážně strojních a přepravních zařízení, dále pak výrobků tříděných podle materiálu a různých průmyslových výrobků. Současná podpora exportu ČR proto klade důraz zejména na vyhledávání nových exportních příležitostí pro české produkty a pronikání na nové trhy. Další prioritou v oblasti podpory exportu je zvyšování podílu exportu služeb a investic na celkovém exportu. Nízký podíl služeb a investic na celkovém exportu je totiž označován za nevyužitě příležitosti s velkým růstovým potenciálem.

Od 1.5.2004 je Česká republika členem Evropské unie. Svým vstupem do EU ČR delegovala většinu svých kompetencí v oblasti zahraničního obchodu na orgány Evropské unie. Intrakomunitární obchod je realizován v rámci jednotného vnitřního trhu, zatímco na extrakomunitární obchod se vztahují pravidla společné obchodní politiky EU.

Vstupem do EU se také změnilo postavení ČR v mezinárodních organizacích OECD a WTO. Česká republika sice zůstává členem těchto organizací, avšak vyjednávání je zpravidla vedeno prostřednictvím společných orgánů EU. Vláda ČR při výběru nástrojů a metod na podporu exportu musí respektovat veškeré mezinárodní dohody, k nimž se buď samostatně nebo prostřednictvím orgánů EU, zavázala.

Podpora exportu je důležitou součástí celkové hospodářské politiky ČR. Vláda České republiky schválila pro období 2006-2010 Exportní strategii. Jedná se o základní strategický dokument, který podrobně zpracovává nástroje a formy státní podpory exportu. V České republice také existuje řada institucí a organizací, které se na podporu exportu zaměřují. Nejedná se však pouze o státní orgány a státem zřízené a subvencované instituce, ale také o nestátní samosprávné a nezávislé organizace.

Státní podpora exportu je v ČR realizována prostřednictvím orgánů státní správy a organizacemi, které stát za účelem podpory exportu zřídil, a které jsou napojeny na státní

rozpočet. Řídící roli v rámci státní proexportní politiky zastává Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Z ostatních ministerstev má v oblasti podpory exportu klíčovou úlohu Ministerstvo zahraničí ČR, a nezanedbatelnou roli mají také Ministerstvo financí ČR a Ministerstvo zemědělství ČR. Nejvýznamnější organizace na podporu exportu zřízené a financované státem jsou tři. Jedná se o Exportní, garanční a pojišťovací společnost, a.s., Českou exportní banku, a.s. a Českou agenturu na podporu obchodu.

Kromě státní podpory exportu existuje v ČR také řada nestátních organizací, jejichž aktivity ve větší či menší míře s podporou exportu souvisejí. Z těchto organizací je nejvýznamnější Hospodářská komora ČR a Svaz průmyslu a dopravy ČR. Kromě těchto největších organizací působí na území ČR také řada dalších oborových, zájmových či účelových organizací, které mají ve své činnosti podporu exportu obsaženu. Na rozdíl od státní podpory exportu, která je založena na principu rovného přístupu k exportním službám, je nestátní podpora exportu spíše komerčního rázu. Členství v organizacích je zpravidla placené, stejně jako služby, které tyto organizace poskytují. Podniky a asociace v ČR se mohou stát také členy Mezinárodní obchodní komory, což je celosvětová obchodní organizace reprezentující podniky různých sektorů na celém světě. Další možností pro české podniky je využití členství v některé ze zahraničních obchodních komor působících v ČR.

Česká republika má pro období let 2006-2010 zpracovává Exportní strategii. Tato Exportní strategie se zaměřuje na celé spektrum obchodních vztahů a nabízí exportérům řadu placených i neplacených služeb poskytovaných státem. Exportní strategie klade důraz na vývoz služeb a rozvoj investičních aktivit českých podnikatelských subjektů, a dále pak flexibilní systém výběru teritoriálních priorit, které jsou každým rokem aktualizovány. Exportní strategie ČR pro období 2006-2010 obsahuje na rozdíl od předchozích proexportních koncepcí řadu nových prvků. Hlavním smyslem strategie je naplnění vize, kterou je prosazení České republiky ve světě prostřednictvím obchodu a investic. K naplnění této vize jsou stanoveny čtyři cíle, které jsou realizovány prostřednictvím dvanácti projektů.

Novým prvkem, který Exportní strategie vnáší do služeb státu je také manažerský přístup řízení, který byl do roku 2005 v ČR používán výhradně v soukromém sektoru. Exportní strategie je založena na zásadě partnerství podnikatelské sféry a státního sektoru a klade důraz na týmovou spolupráci vedoucí k úspěchu. Exportní strategie také umožňuje zcela transparentní systém kontroly a vyhodnocování naplňování vize. Každý z projektů obsahuje periodu a způsob měření hodnocení projektu.

V roce 2007 bylo provedeno průběžné vyhodnocení Exportní strategie. Hodnoceno bylo všech dvanáct projektů a Exportní strategie byla celkově zhodnocena jako úspěšná. V ČR existují státem zřízené a financované instituce, které navzájem efektivně spolupracují. Tyto instituce jsou propojeny s organizacemi nestátní podpory exportu. Existuje rozhraní mezi institucemi státní podpory exportu a příjemci této podpory v podobě informačního portálu Businessinfo.cz a Zelené linky pro export zřízené a provozované Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Je vytvořena Exportní strategie, která obsahuje celou řadu účinných nástrojů na podporu exportu. Tato Exportní strategie reaguje na změny, ke kterým došlo po vstupu ČR do EU a je zaměřena na vytváření nových příležitostí pro podnikatele, dále na poskytování profesionálních a účinných služeb, na zlepšení jejich kvality a na zvýšení kapacit pro export. Exportní strategie je v souladu s tržními principy. Lze tedy říci, že v České republice je vytvořen dostatečný systém podpory exportu.

Seznam použité literatury

Knihy:

1. BUDINSKÝ, V. *Export 2000*. 1. vyd. Praha: Public History, 1999. 415 s. ISBN 80-902193-8-1.
2. BUDINSKÝ, V. *Export, import, investice 2006-2007*. 1. vyd. Praha: Public History, 2006. 413 s. ISBN 80-86445-21-6.
3. FOJTÍKOVÁ, L. *Společná obchodní politika Evropské unie*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2006. 133 s. ISBN 80-248-1076-X.
4. JANATKA, F. *Obchod v rámci Evropské unie a obchodní operace mimo členské země EU*. 1. vyd. Praha: ASPI Publishing, 2004. 296 s. ISBN 80-7357-006-8.
5. PLCHOVÁ, B. *Ekonomická kritéria pro přijetí ČR do EU a zahraničně obchodní politika ČR v procesu asociace k EU*. 1. vyd. Plzeň: CECHTUMA, 2002. 79 s. ISBN 80-903225-3-0.
6. PLCHOVÁ, B. *Zahraniční ekonomické vztahy České republiky*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2006. 161 s. ISBN 80-245-1102-9.
7. ŠVARCOVÁ, J. *Krok za krokem světem ekonomie 2 - EXPORT, zvyšování konkurenceschopnosti firmy*. Zlín: CEED, 2000. 59 s. ISBN 80-902552-3-X.

Příspěvky ve sborníku:

8. HORÁK, J. Analýza časové řady exportu České republiky od roku 1999. In *Finance a účetnictví ve vědě výuce a praxi*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2005. 209 s. ISBN 80-7318-288-2.

Elektronické publikace:

9. BALCEROVÁ, Z. *Znalost trhu je polovina úspěchu*. [online]. EXPORTÉR magazín Hospodářských novin 2006 [cit. 12. února 2008]. Dostupné na Internetu: http://exporter.ihned.cz/c4-10128110-17639730-r00000_d-znalost-trhu-je-polovina-uspechu
10. EVROPSKÁ KOMISE, Generální ředitelství pro obchod. *Obchod a konkurenceschopnost* [online]. 2005. [cit. 15. února 2008]. Dostupné na Internetu: http://www.businessinfo.cz/files/2005/060109_trade_compet_cze.doc
11. HART, T. *Služby státu v oblasti podpory exportu – i to vytváří image ČR* [online]. EXPORTÉR magazín Hospodářských novin 2007 [cit. 14. dubna 2008]. Dostupné na Internetu: http://exporter.ihned.cz/c6-20106875-20667700-r00000_d-sluzby-statu-v-oblasti-podpory-exportu-i-to-vytvari-image-cr
12. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Exportní strategie České republiky pro období 2006-2010* [online]. 2006. [cit. 15. února 2008]. Dostupné na Internetu: http://www.businessinfo.cz/files/2005/EXPOSTR_exportstrategie_verze241105.doc
13. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Exportní strategie České republiky pro období 2006-2010: Zpráva o průběžném plnění za období 2006-2007* [online]. 2007. [cit. 15. února 2008]. Dostupné na Internetu: <http://www.mpo.cz/dokument39827.html>
14. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Koncepce proexportní politiky pro období let 2003-2006* [online]. 2002. [cit. 15. února 2008]. Dostupné na Internetu: <http://www.risy.cz/index.php?pid=202&sid=714&mid=1259#o4>

15. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Strategie prosazování obchodně ekonomických zájmů ČR v EU – obchod a konkurenceschopnost* [online]. 2002. [cit. 15. února 2008]. Dostupné na Internetu: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/strategie-cr-pro-eu/obsah/1001522/38512/>
16. MOSTÝN, M. *Jaké má Česko ekonomické zájmy v EU a jak je prosazuje*. [online]. EXPORTÉR magazín Hospodářských novin 2006 [cit. 26. března 2008]. http://exporter.ihned.cz/c4-10132100-18037670-r00000_d-jake-ma-cesko-ekonomicke-zajmy-v-eu-a-jak-je-prosazuje
17. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Export v kostce* [online]. 2008. [cit. 14. dubna 2008]. Dostupné na Internetu: <http://www.businessinfo.cz/files/2005/exportvkostce08.pdf>
18. TLAPA, M. *Jakých chyb se dopouštějí exportéři*. [online]. EXPORTÉR magazín Hospodářských novin 2005 [cit. 10. února 2008]. Dostupné na Internetu: http://exporter.ihned.cz/c4-10114700-16007850-r00000_d-jakych-chyb-se-dopoustej-exporteri

WWW stránky:

19. AGRÁRNÍ KOMORA ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.agrocr.cz/>
20. BUSINESSINFO CZ. Oficiální portál pro podnikání a export. [online]. 2008. Dostupné na internetu: <http://businessinfo.cz/cz/>
21. CEBRE, Česká podnikatelská reprezentace při EU v Bruselu. [online]. 2008. Dostupné na internetu: <http://www.cebre.cz/>
22. ČESKÁ AGENTURA NA PODPORU OBCHODU – CZECHTRADE. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.czechtrade.cz/Global>
23. ČESKÁ CENTRA. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.czechcentres.cz/scc/novinky.asp>
24. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA, A.S. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.ceb.cz/http://www.ceb.cz/>
25. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.czso.cz/>
26. EUROSKOP.CZ. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.euroskop.cz/>
27. EUROSTAT. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,1&_dad=portal&_schema=PORTAL
28. EXPORTNÍ GARANČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST, A.S. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.egap.cz/o-nas/profil-spolecnosti/index.php>
29. HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.komora.cz/>
30. ICC ČR. Mezinárodní obchodní komora v ČR [online]. 2008. Dostupné na internetu: <http://www.icc-cr.cz/>
31. MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/>
32. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.mpo.cz/>
33. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.mzv.cz/>
34. MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.mze.cz/>

35. PORTÁL EVROPSKÉ UNIE. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: http://europa.eu/index_cs.htm
36. POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.foodnet.cz/>
37. SME UNION CZECH REPUBLIC, Unie malých a středních podniků ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.sme-union.cz/>
38. SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.socr.cz/>
39. SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY ČR. [online]. 2008. Dostupné na Internetu: <http://www.spcr.cz/>

Seznam zkratek

AK	Agrární komora
b.c.	Běžné ceny
BIAC	Poradní výbor pro průmysl a obchod při OECD, <i>Business and Industry Advisory Committee</i>
CEBRE	Česká podnikatelská reprezentace při EU
ČC	Česká centra
ČEB	Česká exportní banka, a.s.
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.
EIC	Euro info centra
ES	Evropská společenství
EU	Evropská unie
EU 15	Belgie, Dánsko, Finsko, Francie, Irsko, Itálie, Lucembursko, Německo, Nizozemsko, Portugalsko, Rakousko, Řecko, Španělsko, Švédsko, Velká Británie
EU 25	Belgie, Česká republika, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Irsko, Itálie, Kypr, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Malta, Německo, Nizozemsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Velká Británie
EU 27	Belgie, Bulharsko Česká republika, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Irsko, Itálie, Kypr, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Malta, Německo, Nizozemsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Velká Británie
GATT	Všeobecná dohoda o clech a obchodu, <i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>
HDP	Hrubý domácí produkt
ICC	Mezinárodní obchodní komora, <i>International Chamber of Commerce</i>
IMODS	Institut mezinárodního obchodu, dopravy a spedice
IOE	Mezinárodní organizace zaměstnavatelů, <i>International Organisation of Employers</i>
KLDR	Korejská lidově demokratická republika
MF	Ministerstvo financí

MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
Mze	Ministerstvo zemědělství
MZV	Ministerství zahraničních věcí
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, <i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>
OEÚ	Obchodně ekonomický úsek
OSN	Organizace spojených národů
PK	Potravinářská komora
REM	Regionální exportní místa
SČC	Správa českých center
SES	Smlouva o založení Evropského společenství
SME	Malé a střední podniky, <i>Small and Medium Entrepreneurs</i>
SP	Svaz průmyslu a dopravy
SRJ	Svazová republika Jugoslávie
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
UNICE	Unie zaměstnavatelských a podnikatelských svazů Evropy
USA	Spojené státy americké, <i>United States of America</i>
WTO	Světová obchodní organizace, <i>World Trade Organization</i>
ZÚ	Zastupitelský úřad

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo,
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3),
- souhlasím s tím, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že údaje o diplomové práci, obsažené v Záznamu o závěrečné práci, umístěném v příloze mé diplomové práce, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO,
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona,
- bylo sjednáno, že užít své dílo – diplomovou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě 21. dubna 2008

.....
Karla Geržová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Družstevní 1569/22
755 01 Vsetín

Seznam příloh

Příloha č. 1 Podíl vývozu do zemí EU na celkovém vývozu

Příloha č. 2 Podíl jednotlivých členských zemí na celkovém vývozu EU

Příloha č. 3 Komoditní struktura českého zahraničního obchodu rok 2007

Příloha č. 4 Mapa obchodní politiky ČR jako člena Evropské unie

Příloha č. 1 Podíl vývozu do zemí EU na celkovém vývozu (%)

Země	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EU 27	69,1	68,0	67,9	68,0	68,8	68,5	67,8	68,3
v tom:								
Belgie	78,7	76,8	77,9	75,4	77,2	77,0	76,7	76,7
Bulharsko	57,2	56,2	60,7	62,1	63,2	62,2	60,0	59,3
Česká republika	87,5	85,9	86,5	85,7	87,3	87,1	85,5	85,6
Dánsko	70,9	70,6	69,5	69,7	70,2	70,6	70,7	71,0
Estonsko	85,8	88,1	81,3	81,7	82,4	80,4	78,1	66,1
Finsko	65,4	63,1	60,5	61,1	60,2	58,1	56,3	57,3
Francie	65,3	64,8	64,2	65,1	66,7	66,0	63,5	65,2
Irsko	67,3	64,8	64,2	66,0	62,4	62,9	63,8	63,7
Itálie	64,0	61,5	61,0	60,9	62,4	61,9	61,2	60,4
Kypr	58,4	59,9	55,4	57,6	61,3	67,3	73,2	70,2
Litva	73,8	74,7	73,3	69,3	62,8	67,2	65,7	63,6
Lotyšsko	77,7	80,7	78,6	77,8	79,4	77,4	76,5	72,5
Lucembursko	87,7	86,7	88,3	88,3	89,3	90,3	89,8	89,7
Maďarsko	84,5	83,6	83,8	84,5	84,2	83,1	80,9	79,0
Malta	49,1	34,0	52,5	47,4	48,8	50,4	51,7	50,4
Německo	65,5	64,7	63,6	63,4	64,9	64,6	64,3	63,7
Nizozemsko	82,0	81,3	81,5	80,4	80,4	79,9	79,8	79,4
Polsko	81,6	81,2	81,2	81,2	81,9	80,3	78,6	78,9
Portugalsko	84,2	81,6	81,3	81,4	81,1	80,1	80,0	77,5
Rakousko	76,3	74,7	74,9	74,9	75,3	73,5	71,8	72,6
Rumunsko	72,9	72,2	75,2	73,8	75,3	74,7	70,1	70,3
Řecko	66,5	62,0	63,6	60,8	64,9	64,2	61,7	63,1
Slovensko	89,4	89,8	90,6	89,5	85,9	86,7	87,3	86,9
Slovinsko	73,7	72,1	70,6	68,6	68,2	67,5	68,2	68,5
Spojené království	60,8	59,4	59,9	61,4	59,2	58,8	57,4	63,0
Španělsko	73,6	73,0	74,4	74,8	75,3	74,3	72,4	71,1
Švédsko	62,6	60,3	59,0	58,5	58,7	59,0	58,7	60,2
Ostatní země								
Čína (vč. Honkongu)	16,6	16,5	16,7	16,3	18,0	18,3	19,1	19,6
Island	65,2	68,8	69,9	72,3	73,8	75,2	74,6	71,0
Japonsko	18,3	16,8	16,5	15,3	16,0	15,8	14,8	14,6
Kanada	5,7	4,7	4,6	4,5	5,3	5,6	5,7	6,6
Norsko	75,9	78,4	77,7	76,2	77,4	75,8	78,1	79,4
Spojené státy	22,2	21,3	22,0	21,0	21,1	21,0	20,5	20,3
Švýcarsko	64,0	61,6	63,0	62,3	63,1	62,9	62,3	61,6

Zdroj: Eurostat, 2007.

Příloha č. 2 Podíl jednotlivých členských zemí na celkovém vývozu EU
(EU 27 = 100)

Země	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EU 27, v tom:								
Belgie	8,7	8,7	8,8	9,1	9,1	9,2	9,3	9,0
Bulharsko	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Česká republika	1,4	1,5	1,7	1,8	2,0	2,3	2,4	2,6
Dánsko	2,2	2,2	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	2,1
Estonsko	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Finsko	1,7	1,7	1,6	1,5	1,5	1,4	1,3	1,4
Francie	13,1	12,7	12,4	12,0	12,1	11,6	10,7	10,2
Irsko	2,9	3,0	3,2	3,2	2,7	2,6	2,5	2,3
Itálie	9,2	8,9	8,9	8,6	8,6	8,5	8,3	7,9
Kypr	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Litva	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Lotyšsko	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Lucembursko	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7
Maďarsko	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9
Malta	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Německo	21,9	21,4	21,7	21,8	22,5	22,8	22,7	22,7
Nizozemsko	11,0	11,4	11,2	10,9	11,0	11,1	11,8	11,7
Polsko	1,4	1,5	1,7	1,9	2,0	2,3	2,6	2,8
Portugalsko	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1
Rakousko	3,1	3,0	3,2	3,3	3,4	3,4	3,3	3,3
Rumunsko	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7
Řecko	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Slovensko	0,6	0,6	0,7	0,7	0,9	0,9	1,0	1,2
Slovinsko	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5
Spojené království	10,2	10,2	9,7	9,6	8,4	7,9	8,0	9,1
Španělsko	4,7	5,0	5,2	5,2	5,4	5,3	5,1	4,7
Švédsko	3,3	3,2	2,7	2,7	2,8	2,8	2,8	2,8

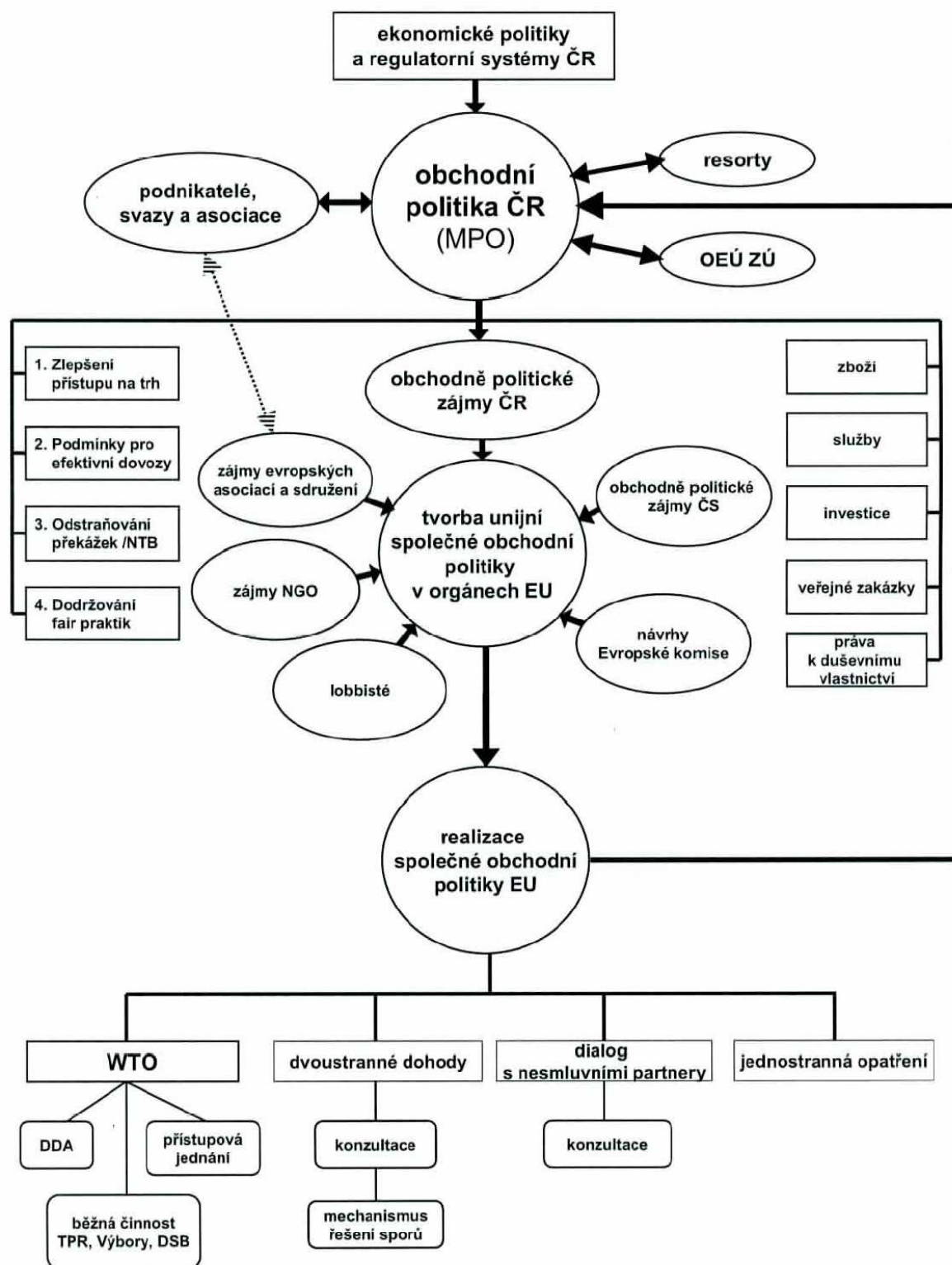
Zdroj: Eurostat, 2007.

Příloha č. 3 Komoditní struktura českého zahraničního obchodu rok 2007

Položka	Vývoz		Dovoz	Balance
	v mil. Kč	podíl na celku (v%)	v mil. Kč	
Obchod celkem	2 472 351	100,0	2 387 396	84 955
Produkty zemědělství a myslivosti	24 059	1,0	36 447	-12 388
Produkty lesnictví a těžba dřeva	5 582	0,2	1 985	3 597
Ryby a ostatní produkty vodního prostředí	1 049	0,0	444	606
Uhlí, lignit, rašelina	17 180	0,7	5 327	11 853
Ropa, zemní plyn a bitumenní horniny	2 390	0,1	121 838	-119 448
Rudy ostatních kovů	26	0,0	10 830	-10 805
Ostatní nerostné suroviny	2 618	0,1	3 892	-1 274
Potravinářské výrobky a nápoje	69 438	2,8	93 796	-24 358
Tabákové výrobky	4 720	0,2	5 000	-280
Textilie a textilní výrobky	54 788	2,2	50 652	4 136
Oděvy a kožesiny	26 056	1,1	27 918	-1 863
Usně, brašnářské a sedlářské výrobky, obuv	12 152	0,5	21 353	-9 201
Dřevo upravené; dřev., kork., prout., slam. výr.; ne nábytek	33 584	1,4	16 344	17 240
Vláknina, papír a výrobky z papíru	41 633	1,7	43 967	-2 334
Vydavatelství, tisk a nahrané nosiče	24 422	1,0	19 578	4 844
Koks, rafinérské ropné výrobky a jaderná paliva	19 045	0,8	53 063	-34 018
Chemické látky, přípravky, výrobky, chemická vlákna	131 518	5,3	237 642	-106 124
Přezuvkové a plastové výrobky	118 272	4,8	119 894	-1 622
Ostatní nekovové minerální výrobky	68 474	2,8	38 619	29 855
Základní kovy a hutní výrobky	159 035	6,4	226 646	-67 611
Kovové konstr., kovoděl. výr. (ne stroje a zařízení)	151 841	6,1	105 015	46 826
Stroje a zařízení j. n.	310 931	12,6	245 205	65 726
Kancelářské stroje a počítače	189 462	7,7	161 869	27 593
Elektrické stroje a zařízení j. n.	202 809	8,2	154 133	48 676
Rádiová, televizní, spojová zařízení a přístroje	170 473	6,9	192 214	-21 741
Zdravot., přesné, optické a časoměrné přístroje	38 836	1,6	52 510	-13 673
Motorová vozidla (kromě motocyklů), přívěsy, návěsy	430 124	17,4	240 066	190 058
Ostatní dopravní prostředky a zařízení	40 509	1,6	31 255	9 254
Nábytek; výrobky zpracovatelského průmyslu j.n.	85 457	3,5	53 797	31 659
Elektřina, plyn, tepelná energie vč. rozvodu	27 174	1,1	11 454	15 720
Služby v oblasti výpočetní techniky	2 321	0,1	1 353	968
Ostatní podnikatelské služby	188	0,0	61	127
Rekreační, kulturní a sportovní činnosti	6 182	0,3	3 225	2 956

Zdroj: ČSÚ, 2007.

Mapa obchodní politiky ČR jako člena Evropské unie



Zdroj: MPO ČR, 2007.